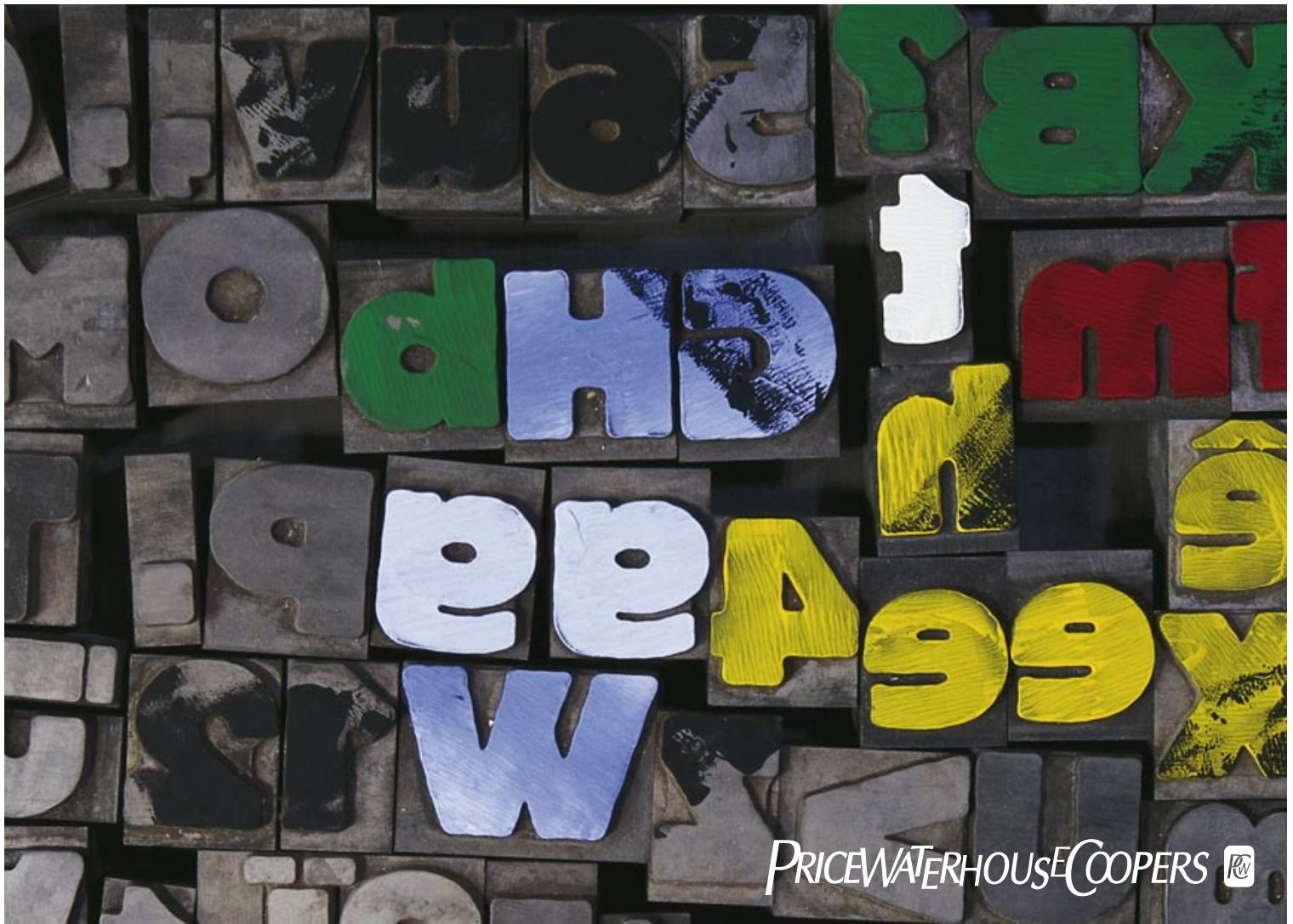


Haben Bücher eine Zukunft?

Repräsentativstudie zum Leseverhalten der Deutschen
Untersuchungsbericht über die Ergebnisse aus 1.224 Interviews



Inhalt

A Zusammenfassung der Ergebnisse	3
B Umgang mit Büchern im digitalen Zeitalter.....	5
1 Vielleser und Nichtleser.....	5
2 Bücherkauf und Buchgeschenke.....	10
3 Orte des Bücherkaufens	16
4 Informationsquellen zu Büchern	18
C Veränderungen im Leseverhalten	20
1 Im Informationszeitalter angekommen.....	20
2 „Gefühlter Rückgang“ der Buchlektüre.....	24
3 Gefragte Buchkategorien	26
4 Buchdistanz und Buchaffinität – Haltungen und ihre Verteilungen	29
D „Harry Potter“ als generationenübergreifendes Projekt	35
1 Bekanntheit der Buchserie in der Gesamtbevölkerung	35
2 Lektüreerfahrung mit „Harry Potter“	36
3 Reaktionen der Kinder auf das „Ende“ von „Harry Potter“	38
E Vorgehensweise und Stichprobenbeschreibung	39
Anhang	41
Literatur	42

A Zusammenfassung der Ergebnisse

Das Buch muss sich heutzutage innerhalb des dicht gewobenen Medien- und Kommunikationsnetzes der Informationsgesellschaft behaupten. Diese Kurzstudie geht anlässlich der Internationalen Buchmesse in Frankfurt am Main 2007 zentralen Fragen zur Entwicklung des Leseverhaltens und des Buchmarktes nach. Ein Sonderkapitel der Studie befasst sich mit den Folgen des „Harry-Potter-Booms“. Die wichtigsten Ergebnisse sind im folgenden zusammen gefasst.

Bücher in Deutschland haben eine Zukunft – den Frauen sei Dank! Sie lesen nicht nur mehr, sondern kaufen und verschenken auch häufiger Bücher als Männer. Im laufenden Jahr schafften die befragten Frauen bislang durchschnittlich dreizehneinhalb Bücher an, die Männer lasen demgegenüber nur neun. Zudem stellen Frauen über zwei Drittel der so genannten Vielleser, die seit Jahresbeginn mehr als 24 Bücher gelesen haben.

Doch die „gefühlte“ Lesehäufigkeit nimmt ab. Generell sagen mit 46 Prozent große Teile der Bevölkerung, dass sie heute weniger lesen als früher. Nicht nur die Konkurrenz durch Fernsehen und andere Medien, sondern auch die Schnellebigkeit der modernen Gesellschaft und die berufliche Belastung lassen viele seltener zum Buch greifen. Das gilt überraschenderweise aber nicht für das Internet. Wer viel im Netz surft, liest auch mehr Bücher und umgekehrt.

Zudem lässt sich eine Polarisierung der Leserschaft feststellen. Die Vielleser, ohnehin gebildet, informiert und internetaktiv, lesen immer mehr (mit 38 Prozent sagen überdurchschnittlich viele, sie lesen eher mehr Bücher als früher) und die Nichtleser – weniger gebildet und unterdurchschnittlich internetaktiv – lesen immer weniger (mit 57 Prozent geben überdurchschnittlich viele zu Protokoll, dass sie eher weniger lesen als früher). Das ist ein Indiz dafür, dass sich die Schere zwischen den „Informationsreichen“ und den „Informationsarmen“ (Bodo Franzmann) in der Gesellschaft weiter öffnet.

Die Stützen des Buchgeschäfts sind in der Regel höher gebildet, medienkompetent und besser situiert als der Durchschnitt. Sie kaufen sich zu 98 Prozent ihre Bücher selbst, zwei Prozent lassen sie sich schenken. Bücherlesen im Erwachsenenalter scheint bei den Viellesern also eine ausgesprochen selbst bestimmte Angelegenheit zu sein. Für sie steht weniger der Informationsgewinn als das entspannende, sinnliche und genussvolle Lesen im Vordergrund. Auch in der Gesamtstichprobe sagen gut zwei von drei Befragten, sie wollen sich beim Lesen vor allem entspannen und erholen. Entsprechend spielt für Leser insgesamt die Unterhaltungsliteratur mit 73 Prozent eine größere Rolle als Sach- und Fachbücher (39 Prozent) oder Bücher zur Aus- und Weiterbildung (30 Prozent).

Beim Buchkauf folgen 55 Prozent dem Rat aus Freundes-, Bekannten- und Kollegenkreis. Selbst die Vielleser setzen weniger auf Bestsellerlisten, Buchrezensionen und Büchersendungen als auf persönliche Empfehlungen. Davon profitieren nicht zuletzt die kleineren Buchläden: Besonders Leser aus der Generation 55 plus und Leser in

den Klein- und Mittelstädten kaufen ihre Lektüre dort. Dagegen sind in den Großstädten große Buchhandelsketten wie Thalia oder Hugendubel zu klaren Alternativen herangewachsen, wenn auch nicht für alle Lesergruppen. Der Kauf von Büchern im Internet, z. B. bei Online-Buchhändlern wie amazon oder auch bei eBay, ist gegenüber dem „physischen“ Buchkauf im Buchhandel noch von untergeordneter Bedeutung.

Kinder sind generell – auch durch die Schule geprägt – näher am Buch als die Erwachsenen. Ein guter Teil der wahrgenommenen Lesehäufigkeit ist der Pflichtlektüre für die Schule geschuldet. Doch sagen auch mehr Kinder als Erwachsene, dass Lesen ihr größtes Hobby ist (24 Prozent).

Dabei untermauert die Studie den engen Zusammenhang zwischen dem Bildungsniveau der Eltern, insbesondere der Mütter, und der Lesefreude der Kinder. Höher gebildete Mütter haben häufig auch lesefreudigere Kinder. Die Kinder von höher gebildeten Frauen kauften sich das zuletzt gelesene Buch auch häufiger selber von ihrem Taschengeld als die Kinder aus der mittleren Bildungsschicht. Kinder aus dieser mittleren Bildungsschicht bekommen häufiger Bücher geschenkt als die anderen Kinder. Das könnte darauf hindeuten, dass Buchgeschenken in einem aufstiegsorientierten Milieu noch immer eine größere Bedeutung für den Entwicklungsfortschritt der Kinder zugeschrieben wird als in anderen Schichten.

Die Buchserie „Harry Potter“ der Erfolgsschriftstellerin Joanne K. Rowling ist längst nicht nur eine Kinderbuchserie, sie ist ein Phänomen von generationsübergreifender Bedeutung. Jeder vierte Erwachsene hat mindestens einen Band gelesen. Von allen Jugendlichen und Erwachsenen kennen 92 Prozent die Serie, von den befragten Kindern sogar 96 Prozent. Erfolgsserien wie diese sind Leseförderung par excellence. Während die „Harry-Potter“-Leser unter den Kindern nach eigenen Angaben im Durchschnitt 2007 schon 14,4 Bücher gelesen haben, kommen die Nichtleser der Serie auf 11,8 Bücher. Von den erwachsenen Potter-Fans sagt nur jeder dritte, dass er weniger liest als früher, von den Nichtlesern der Serie jeder zweite.

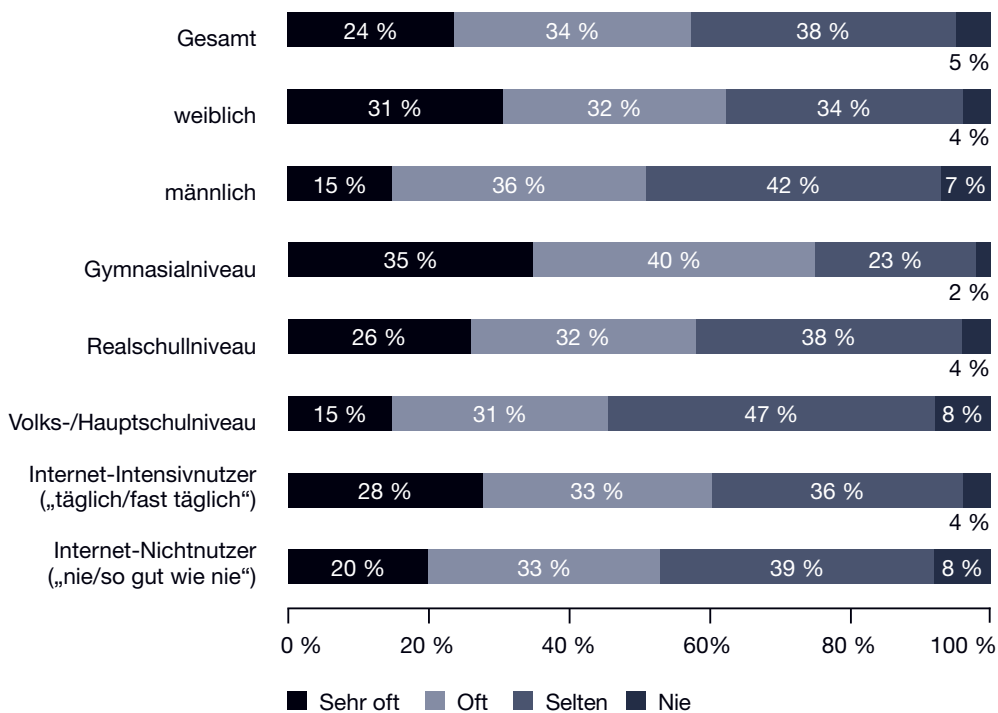
Für die Studie wurden 210 Kinder zwischen zehn und dreizehn Jahren sowie bundesweit 1.014 Erwachsene und Jugendliche ab 14 Jahren zum Bücherlesen interviewt. Die telefonische Repräsentativbefragung von 1.014 Personen fand vom 10. bis 21. September 2007 statt. Die Feldarbeit wurde von einem unabhängigen wissenschaftlichen Institut durchgeführt, das den Datenschutz garantiert und die Anonymität der Teilnehmer sicherstellt.

B Umgang mit Büchern im digitalen Zeitalter

1 Vielleser und Nichtleser

Nach eigener Einschätzung liest knapp ein Viertel (24 Prozent) der Bevölkerung in Deutschland „sehr oft“ Bücher, weitere 34 Prozent lesen „oft“. Demgegenüber lesen 38 Prozent „selten“ und fünf Prozent „nie“ Bücher. Die Angaben auf die Frage nach der Anzahl der im laufenden Jahr gelesenen Bücher reichen von „gar keine“ bis hin zu über 30 Büchern. Der Durchschnitt liegt bei 11 Büchern, wobei Frauen nach eigenen Angaben 13 und Männer lediglich neun Bücher gelesen haben. In der Gruppe der Befragten, die sich selbst als Vielleser einstufen, liegt das Durchschnittspensum bei 24 gelesenen Büchern seit Jahresanfang.

Angegebene Häufigkeit des Bücherlesens – Bevölkerungssample 14 Jahre



Bereits die subjektiven Einschätzungen zur Häufigkeit des Bücherlesens zeigen, dass die Attraktivität des Mediums Buch stark von Ausbildungsniveau, Geschlecht und Einkommen der Befragten abhängt. Während der Frauenanteil bei den Viellesern („lese sehr oft“) 71 Prozent beträgt, erreicht er bei den Nichtlesern nur 32 Prozent. Und während drei von vier Nichtlesern nur über einen niedrigen Bildungsstand (Volks- oder Hauptschulabschluss) verfügen, trifft dies in der Gruppe der Vielleser nur auf jeden vierten Befragten zu.

Die Vielleser sind im Durchschnitt auch besser situiert und haben überdurchschnittlich oft nur ein Kind unter 14 Jahren im Haushalt. Zwar leben sie zu größerem Anteil (45 Prozent) in Drei- und Mehr-Personen-Haushalten als die Nichtleser (etwa jeder Dritte). Jedoch hat fast jeder zweite Vielleser im Monat mindestens 2.000 Euro netto im Haushalt zur Verfügung, bei den Nichtlesern liegt nur jeder Fünfte über dieser Einkommensgrenze.

Während jeder zweite Vielleser täglich oder fast täglich ins Internet geht, tut dies unter den Nichtlesern nur jeder Vierte. Dafür sind unter den Nichtlesern nach eigenen Angaben 62 Prozent nie oder so gut wie nie im Internet (bei den Viellesern sind es nur 27 Prozent).

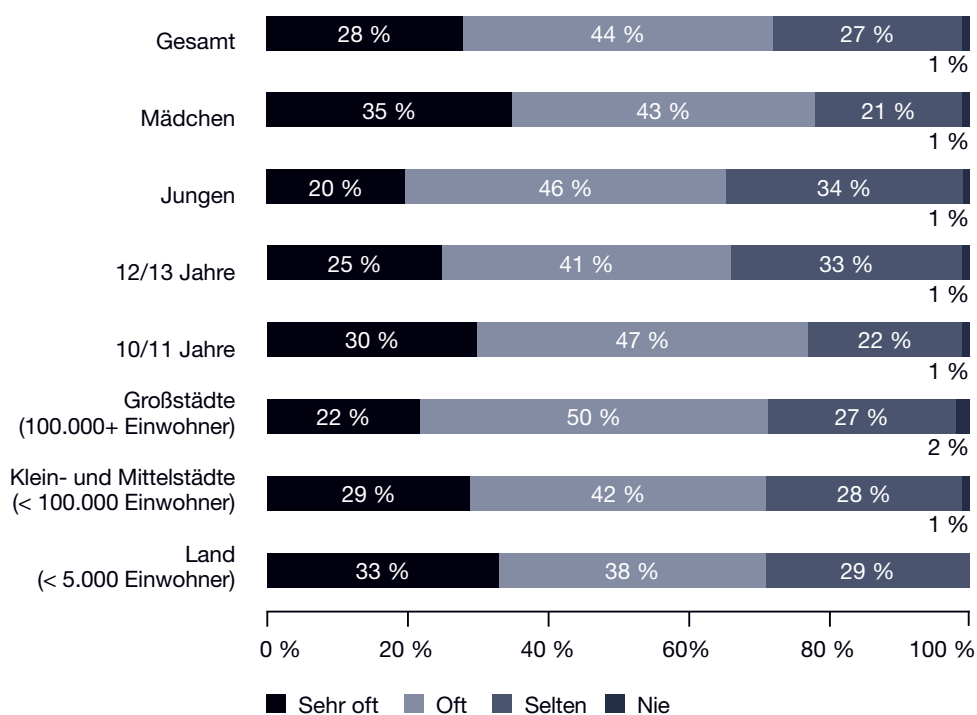
Kinder lesen deutlich häufiger als Erwachsene. So greifen 28 Prozent der Befragten zwischen 10 und 13 Jahren nach eigener Einschätzung „sehr oft“ zu Büchern, weitere 44 Prozent lesen „oft“ und lediglich 27 Prozent lesen „selten“ Bücher. Nur zwei der 210 befragten Kinder geben an, nie Bücher zu lesen. Die stärkere Leseintensität der weiblichen Bevölkerung ist schon in jungen Jahren deutlich: Während 35 Prozent der Mädchen behaupten, „sehr oft“ zu lesen, sagt dies nur jeder fünfte Junge. Hingegen lesen 34 Prozent der befragten Jungen selten, aber nur 21 Prozent der Mädchen. Im Durchschnitt lasen die befragten Kinder bisher in diesem Jahr etwa 13 Bücher (Mädchen 15, Jungen 11).

Den subjektiven Bekundungen zufolge lesen die zehn- und elfjährigen Kinder mehr als die zwölf- und dreizehnjährigen. Während unter den zehn- bis elfjährigen nur 22 Prozent angeben, „selten“ Bücher zu lesen, ist es bei den zwölf- und dreizehnjährigen immerhin jeder Dritte. Das stimmt mit den Ergebnissen mehrerer Studien überein, die einen „Leseknick“ in der Sekundarstufe beschreiben: In der Grundschule ist das Verhältnis der Kinder zu Büchern noch überwiegend positiv, während die Lesemotivation dann von Klasse zu Klasse schwindet. Die Zehn- bis Elfjährigen gaben an, im Durchschnitt 13,6 Bücher in diesem Jahr gelesen zu haben, die Zwölf- bis Dreizehnjährigen schafften bereits nur noch 12 Bücher.

Der Einfluss der Bildungsabschlüsse und des kulturellen Niveaus im Elternhaus auf das kindliche Leseverhalten und die Lesemotivation ist vielerorts schon beschrieben worden. Er bestätigt sich empirisch auch in dieser Studie. Besonders eng erscheint hier der Zusammenhang mit dem Bildungsniveau der Mutter. 18 Prozent der Kinder von Müttern mit niedrigem Schulabschluss lesen „sehr oft“, weitere 39 Prozent lesen „oft“ und mit 43 Prozent gibt ein Großteil dieser Kinder an, eher „selten“ zu lesen. Bei Kindern von Frauen mit Gymnasialabschluss lesen nur 22 Prozent „selten“, 53 Prozent „oft“ und 27 Prozent „sehr oft“.

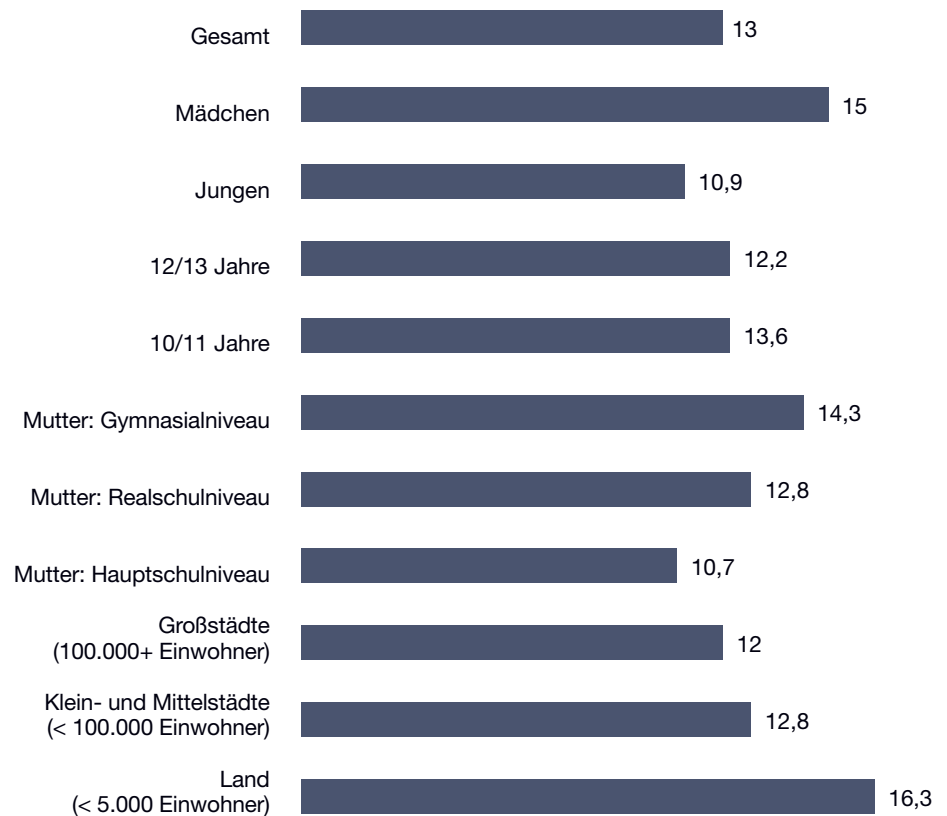
Befragte Kinder mit höher gebildeten Müttern lesen mit durchschnittlich 14 Büchern deutlich mehr als Kinder, deren Mutter nur eine niedrige Schulbildung hat (11 Bücher). Befragte mit höherem Bildungsniveau aus der Erwachsenenstichprobe gaben zu Protokoll, 2007 bisher durchschnittlich 15 Bücher gelesen zu haben, deutlich mehr als die Befragten mit mittlerem Schulniveau (11 Bücher) und Personen mit niedrigem Schulniveau (9 Bücher).

Angegebene Häufigkeit des Bücherlesens – Kinder



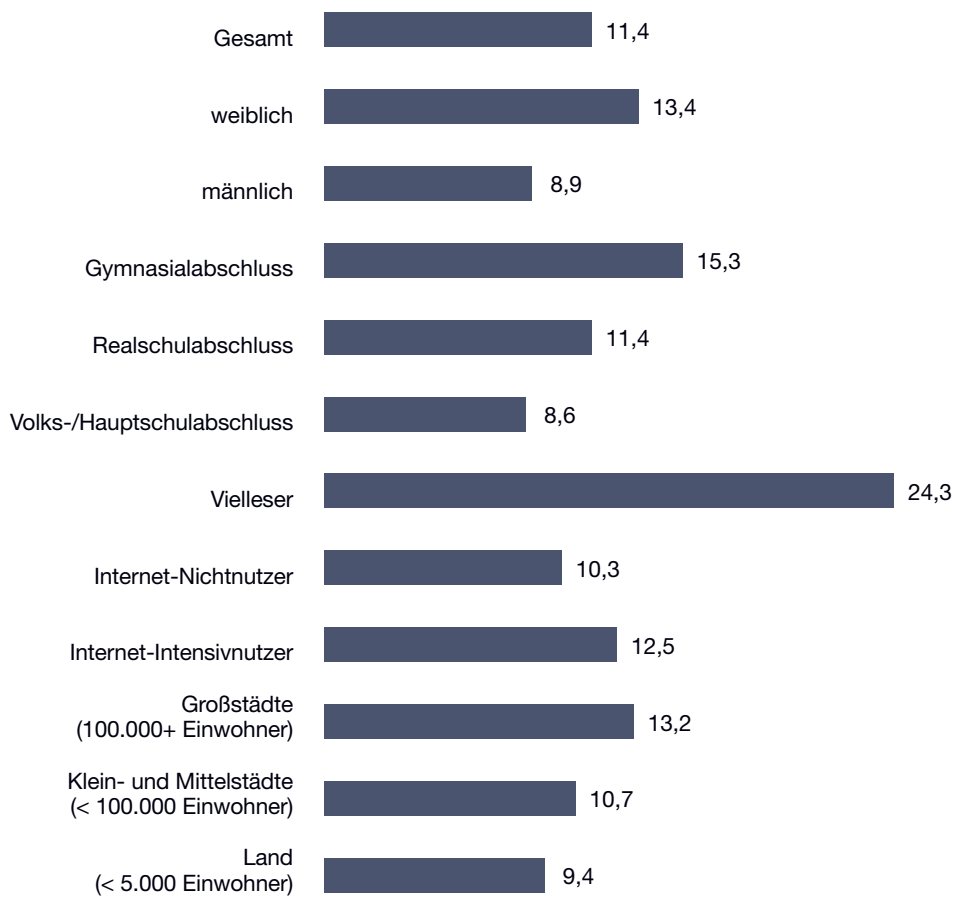
Kinder auf dem Lande scheinen nach eigenem Bekunden eine höhere Leseintensität als die Großstadtkinder an den Tag zu legen. Zwar ist der Anteil der Kinder, die nach eigener Angabe „selten“ Bücher lesen, in der Stadtbevölkerung und bei der Bevölkerung aus ländlichen Regionen ähnlich hoch. Aber ein Drittel der Kinder, die in ländlichen Regionen wohnen, geben an, „sehr oft“ zu lesen und weitere 38 Prozent lesen „oft“. Von den Kindern aus Großstädten hingegen behaupten nur 22 Prozent, „sehr oft“ zu lesen, weitere 50 Prozent lesen „oft“.

Durchschnittliche Anzahl der nach eigenem Bekunden in 2007 gelesenen Bücher – Kinder



Kinder aus ländlichen Regionen lesen mit durchschnittlich 16 Büchern deutlich mehr als Kinder aus mittelgroßen Städten (13 Bücher) und Großstadtkinder (12 Bücher). Bei den Erwachsenen ist es gerade umgekehrt: Großstädter lasen nach eigenen Angaben bisher 2007 durchschnittlich 13 Bücher, Befragte aus Klein- und Mittelstädten 11 und aus der Landbevölkerung 9 Bücher.

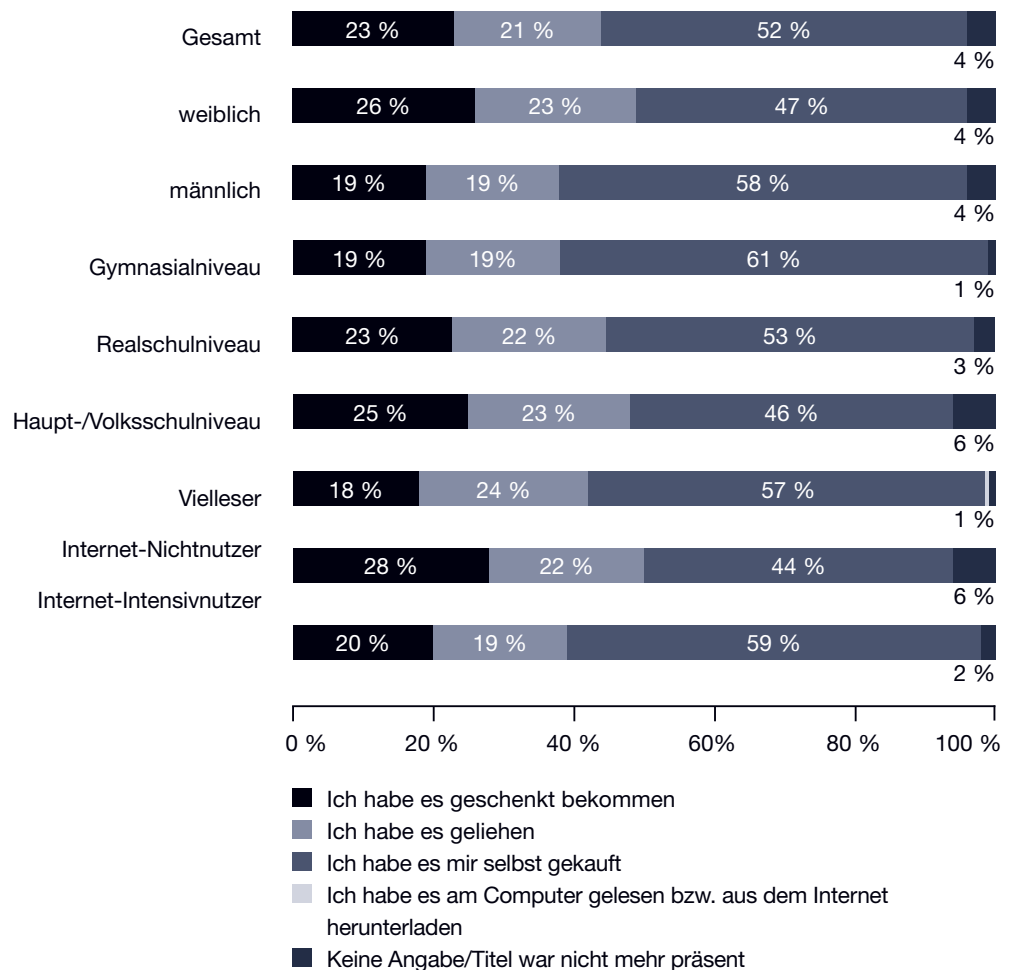
Durchschnittliche Anzahl der nach eigenem Bekunden in 2007 gelesenen Bücher –
Bevölkerungssample 14 Jahre plus



2 Bücherkauf und Buchgeschenke

Gut die Hälfte der Befragten hat das zuletzt gelesene Buch selbst gekauft, weitere 23 Prozent haben es geschenkt bekommen und weitere 21 Prozent haben das Buch geliehen. Bei Männern ist der Anteil der selbst gekauften Bücher höher als bei Frauen, diese haben sich etwas häufiger als die Männer ihr zuletzt gelesenes Buch schenken oder leihen lassen.

Herkunft des zuletzt gelesenen Buches



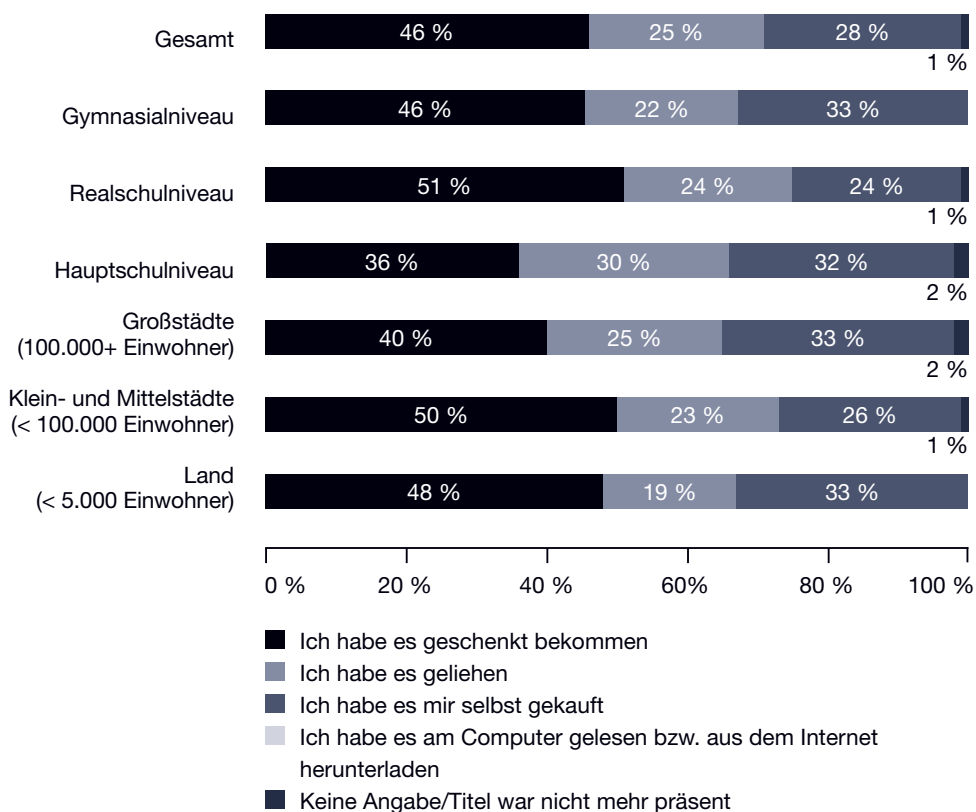
Vielleiter geben etwas häufiger als andere an, ihr zuletzt gelesenes Buch ausgeliehen zu haben. Befragte aus der Vergleichsgruppe mit dem niedrigsten Bildungsniveau leihen sich ebenfalls überdurchschnittlich oft Bücher aus, wahrscheinlich auch auf Grund begrenzter materieller Ressourcen. In der Gruppe der höher gebildeten Befragten haben 61 Prozent das zuletzt gelesene Buch selber gekauft, das ist der höchste Anteil unter den Vergleichsgruppen.

Kinder bekommen ihre Bücher anders als Erwachsene meist geschenkt. Das zuletzt gelesene Buch war bei 46 Prozent der Kinder ein Geschenk, jedes vierte befragte Kind hat zuletzt ein geliehenes Buch gelesen und knapp drei von zehn geben an, als letztes ein selbst gekauftes Buch gelesen zu haben. Während 48 Prozent der Kinder aus ländlichen Regionen und die Hälfte der Kinder aus mittelgroßen Städten zuletzt ein geschenktes Buch gelesen haben, sind es nur 40 Prozent der Kinder aus Großstädten. Dagegen haben lediglich 19 Prozent der Kinder vom Land aber etwa ein Viertel der Stadtkinder zuletzt ein geliehenes Buch gelesen.

Die Kinder aus Elternhäusern mit mittlerem Bildungsniveau geben am häufigsten an, ihr letztes gelesenes Buch geschenkt bekommen zu haben. Nur 36 Prozent der Kinder von Müttern mit niedrigem Bildungsniveau haben zuletzt ein geschenktes Buch gelesen, aber 51 Prozent der Kinder von Müttern mit mittlerem Bildungsniveau und 46 Prozent der Kinder höher gebildeter Mütter. Die Betonung von Buchgeschenken in der Mittelschicht könnte darauf hindeuten, dass dem Buch in einem aufstiegsorientierten Milieu noch immer eine größere Bedeutung für den Entwicklungsfortschritt des Nachwuchses zugeschrieben wird als in anderen Schichten.

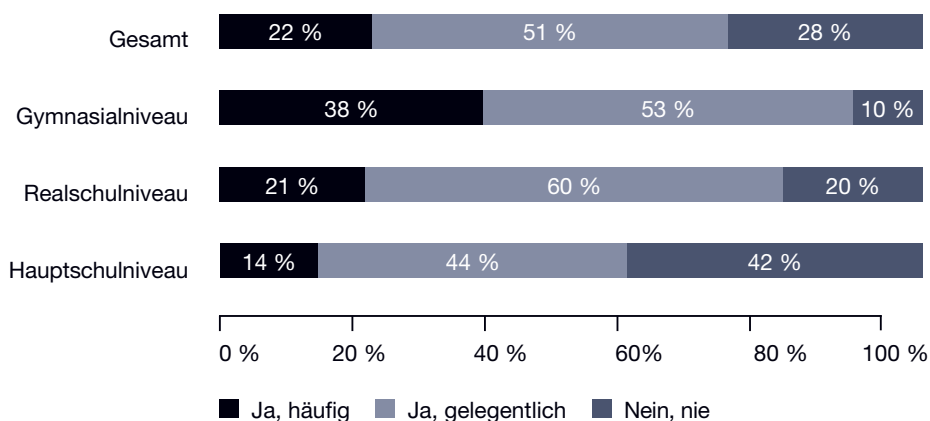
Kinder von Müttern mit niedrigem Schulabschluss haben ihr zuletzt gelesenes Buch häufiger geliehen (30 Prozent) als Kinder von Müttern mit mittlerem (24 Prozent) und hohem Schulabschluss (22 Prozent). Dies ist vermutlich auf die schlechteren Einkommensverhältnisse in Haushalten mit niedrigem Bildungsniveau zurück zu führen. Der Anteil der selbst gekauften Bücher liegt bei Kindern von Müttern mit niedriger oder hoher Bildung bei jeweils einem Drittel, aber nur 24 Prozent der Kinder von mittel gebildeten Frauen kauften sich das zuletzt gelesene Buch selber. Downloads aus dem Internet und Online-Lesen spielen weder bei den Kindern noch bei den Erwachsenen eine nennenswerte Rolle.

Herkunft des zuletzt gelesenen Buches – Kinder



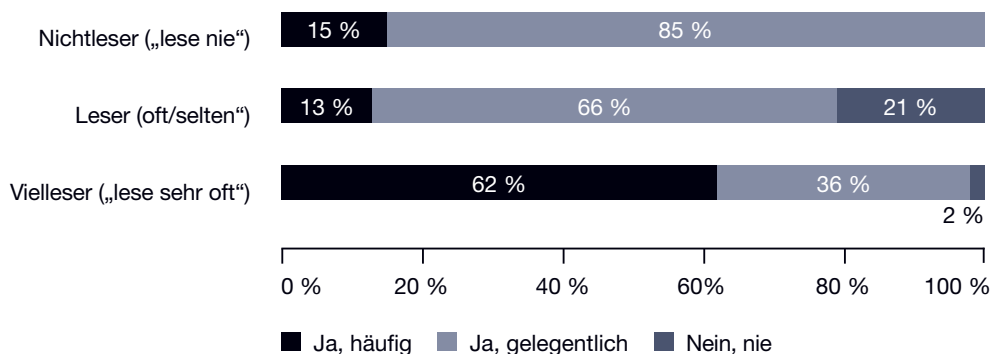
Insgesamt kauft jeder fünfte (22 Prozent) Befragte häufig und jeder zweite gelegentlich Bücher. Knapp drei von zehn Befragten geben an, nie Bücher zu kaufen. Unter den Befragten, die nur einen Hauptschulabschluss haben, kaufen 42 Prozent nach eigenen Angaben nie Bücher, von den Befragten mit Abitur sagen dies gerade einmal zehn Prozent.

Häufigkeit des Bücherkaufens, nach Schulniveau



Frauen kaufen häufiger Bücher als Männer, und Männer stehen auch eher dazu, dass sie zu Büchern keine Beziehung haben. Während nur jede fünfte Frau angibt, nie Bücher zu kaufen, sagt dies jeder dritte Mann. Wer selbst nicht liest, kauft auch keine Bücher: Unter den Nichtlesern sind gerade einmal 15 Prozent, die nach eigenen Angaben gelegentlich Bücher kaufen. Die Vielleser kaufen zu 62 Prozent häufig Bücher, zu 36 Prozent gelegentlich und die verbliebenen – im Prinzip vernachlässigenswerten – zwei Prozent lassen sie sich schenken. Bücherlesen im Erwachsenenalter scheint bei den Viellesern also eine ausgesprochen selbst bestimmte Angelegenheit zu sein.

Häufigkeit des Bücherkaufens, nach generellem Leseverhalten

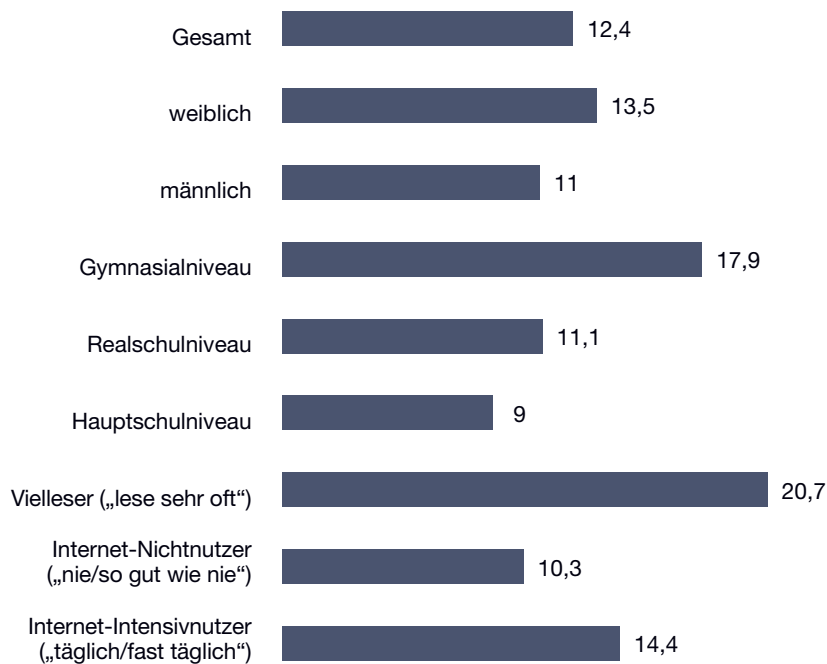


Zwar weiß man aus anderen Untersuchungen, dass sich gebildete Schichten stärker zum Lesen bekennen als weniger gebildete, weil sie glauben, dass das von ihnen erwartet wird. Auch Frauen neigen eher dazu, sich als belesen darzustellen als es die Männer tun (dabei handelt es sich um eine der so genannten geschlechertypischen Antworttendenzen). Dennoch sind die Unterschiede zwischen den Vergleichsgruppen überzufällig und lassen sich nicht allein darauf zurückführen. Es gibt diese Unterschiede, und varianzanalytisch lässt sich nachweisen, dass das tatsächliche Leseverhalten nicht nur mit Bildung und Geschlecht zusammenhängt, sondern sogar, dass es dadurch beeinflusst wird.

Bemerkenswert ist, dass das Internet nicht direkt mit dem Buch konkurriert. Wer häufig online ist, muss kein „Büchermuffel“ sein. Und diejenigen, die das Internet meiden, tun dies in der Regel nicht etwa, um sich einem guten Buch zuzuwenden. Vielmehr gibt es einen engen Zusammenhang zwischen starker Internetnutzung und verstärktem Bücherkauf und verstärkter Buchlektüre. Intensivnutzer des Internets haben 2007 bereits durchschnittlich 13 Bücher gelesen, Befragte mit mittlerer Internetnutzung elf Bücher und Nicht-Nutzer zehn Bücher. Fast die Hälfte (44 Prozent) der Befragten, die das Internet nicht oder kaum nutzen, kaufen auch nie Bücher, während nur 15 Prozent dieser Gruppe häufig Bücher erwerben. Bei den Intensivnutzern des Internets (täglich oder fast täglich) kaufen dagegen fast doppelt so viele häufig Bücher, nur 17 Prozent kaufen nie. Es handelt sich also beim Internet eher um eine ergänzende parallele als eine verdrängende Nutzung, was sich letztlich über eine vermittelnde Variable erklärt, die das ganze überlagert und den Zusammenhang herstellt: Bildung.

Im Durchschnitt kauften die Befragten bisher in diesem Jahr etwa 12,4 Bücher. Frauen liegen mit 13,5 Büchern wieder deutlich vor den Männern mit lediglich 11 Büchern. Personen mit höherem Bildungsniveau kauften mit durchschnittlich 18 Büchern überdurchschnittlich häufig. Fast ein Drittel der Befragten (318 von 1.011) hat im laufenden Jahr noch kein Buch gekauft.

Im Jahr 2007 gekaufte Bücher, im Durchschnitt



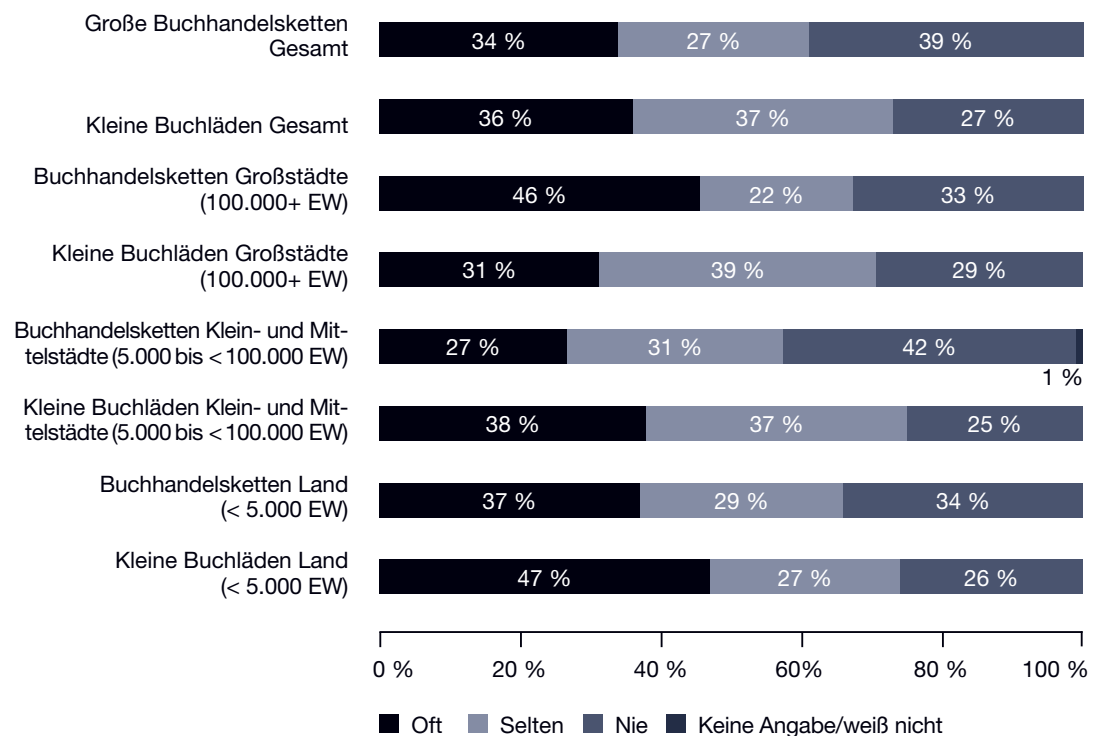
Die Vielleser haben durchschnittlich etwa 21 Bücher gekauft. Starke Internet-Nutzer erwarben 2007 bislang 14 Bücher, Nicht-Nutzer nur zehn Bücher.

Die 2007 gekauften Büchern beinhalten sowohl Bücher für den Eigengebrauch als auch zum Verschenken. Die Aufteilung nach diesen beiden Bereichen zeigt, dass die Befragten im Durchschnitt zehn Bücher für sich selber gekauft haben und rund zweieinhalb für andere. Vielleser gaben an, bisher durchschnittlich 17 Bücher für sich selber gekauft zu haben, vier Bücher wurden verschenkt. Befragte mit höherem Bildungsniveau kauften mit durchschnittlich 14 Büchern deutlich mehr Literatur für den Eigengebrauch als Befragte mit mittlerem und niedrigem Bildungsniveau (neun bzw. acht Bücher). Bei den gekauften Büchern, die verschenkt wurden, sind die Unterschiede zwischen den Bildungsgruppen kleiner: Personen mit hohem Schulabschluss kauften 2007 durchschnittlich vier Bücher zum Weiterverschenken, Befragte mit mittlerem Bildungsniveau drei und mit niedrigem Bildungsniveau zwei Bücher.

3 Orte des Bücherkaufens

In einer geschlossenen Frage wurde erhoben, wie häufig die Befragten Bücher in verschiedenen vorgegebenen Einkaufsstätten erwerben. Dabei scheinen sich kleine Buchläden der größten Beliebtheit zu erfreuen, nur 27 Prozent der Befragten geben an, dort nie zu kaufen und beinahe drei von vier Befragten geben an, dort oft oder zumindest selten zu kaufen. Die großen Buchhandelsketten wie Thalia, Hugendubel und andere sind für Vielkäufer nicht minder interessant, gut jeder Dritte kauft hier oft seine Bücher. Auf der anderen Seite spielen sie immerhin für 39 Prozent der Befragten beim Bücherkauf überhaupt keine Rolle, in der Generation 55 plus lassen sogar 43 Prozent die Ketten links liegen.

Einkaufsstätte für Bücher: Frequentierung großer Buchhandelsketten wie Thalia und Hugendubel versus kleine Buchläden in Stadt und Land



Während die Buchhandelsketten in den Großstädten sehr stark frequentiert werden und als klare Alternative zu kleinen Buchläden gelten müssen, dominiert in der Wahrnehmung der ländlichen und der klein- und mittelstädtischen Bevölkerung noch klar der kleine Buchladen um die Ecke.

Die Tatsache, dass dem kleinen Buchladen aufs Ganze gesehen momentan noch eine höhere Bedeutung zugesprochen wird als den großen Buchhandelsketten, liegt vermutlich nicht nur an der Konzentration der Filialisten auf größere Städte, sondern könnte auch auf das besondere Image der „Kleinen“ zurück zu führen sein. Selbst von den höher Gebildeten und den Viellesern, die große Buchhandelsketten logischerweise stärker frequentieren als die anderen Befragten, kaufen 31 bzw. 35 Prozent nie bei Buchhandelsketten. Die kleinen Buchläden sind in diesen beiden Gruppen mit 43 bzw. 45 Prozent die am häufigsten genutzten Einkaufsstätten beim Bücherkauf.

Jeder dritte Befragte gibt an, seine Bücherkäufe oft oder zumindest selten bei Online-Buchshops wie amazon abzuwickeln, 66 Prozent aller Befragten ist dieser Einkaufsweg bislang fremd geblieben. Allerdings ist der Buchkauf im Internet eindeutig eine Frage des Alters: Während 84 Prozent aus der Generation 55 plus noch nie Bücher per Mausclick gekauft haben, sagen dies noch 63 Prozent der 35- bis 54jährigen. In den jüngeren Altersgruppen hat bereits mehr als die Hälfte der Befragten schon einmal in einer Online-Buchhandlung gekauft.

Es verwundert nicht, dass Internet-Intensivnutzer eher Bücher online kaufen als andere Gruppen (28 Prozent oft und weitere 26 Prozent selten). Auch die höher gebildeten Befragten (Gymnasialniveau) erwerben häufiger als andere Bildungsschichten ihre Bücher im Internet, nur die Hälfte dieser Befragten kauft hier nie Bücher. Unter den Befragten mit niedriger Bildung (Hauptschulniveau) kaufen acht von zehn nie Bücher bei Online-Buchshops ein. Von den Viellesern kaufen immerhin auch 43 Prozent oft oder selten Bücher im Internet, 57 Prozent allerdings nie.

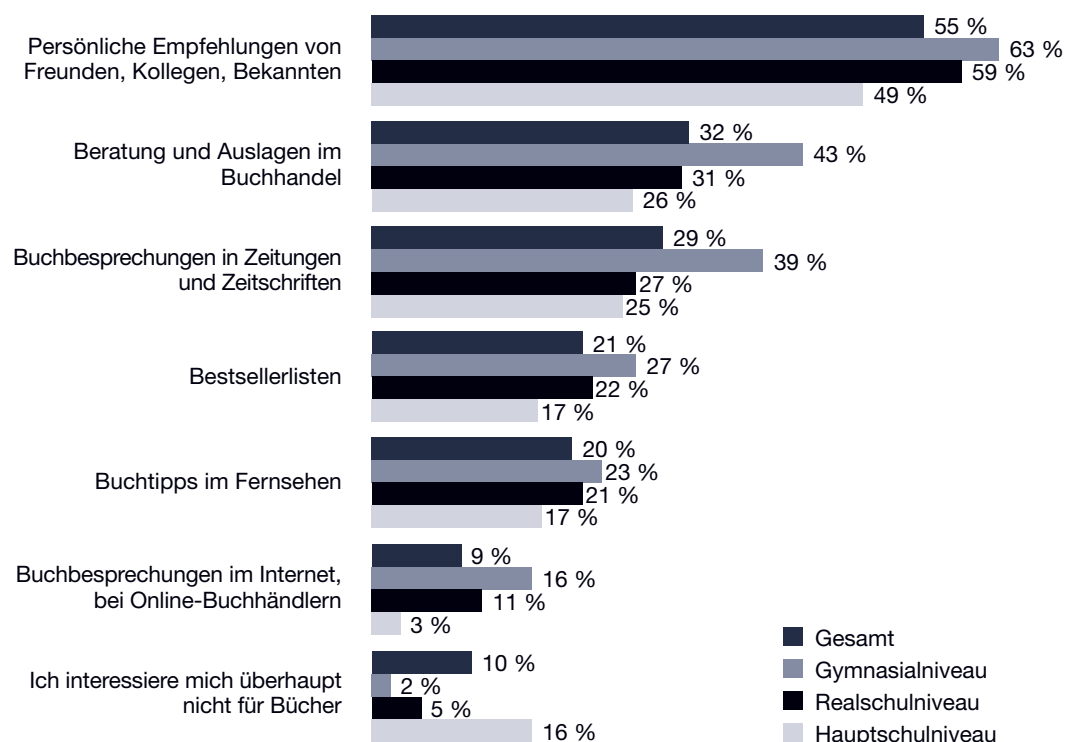
Gebrauchte Bücher sind generell wenig gefragt. Lediglich vier Prozent der Befragten geben an, oft gebrauchte Bücher im Internet (z. B. bei eBay) erworben zu haben, weitere 13 Prozent bekunden, auf diesem Wege selten zu kaufen (von den Viellesern kaufen aber immerhin 24 Prozent oft oder selten gebrauchte Bücher im Internet). Nur drei Prozent der Befragten behaupten, oft in Antiquariaten zu kaufen, 15 Prozent kaufen dort erklärtermaßen selten.

4 Informationsquellen zu Büchern

Die wichtigste Informationsquelle beim Bücherkauf ist das soziale Umfeld. Auf die geschlossene Frage, wodurch die Befragten generell auf Bücher aufmerksam werden, stehen mit 55 Prozent Zustimmung die persönlichen Empfehlungen von Freunden, Kollegen und Bekannten an erster Stelle. Jeweils etwa jeder Dritte informiert sich nach eigenen Angaben aus Verlagsbroschüren und Werbung von Verlagen bzw. nutzt die Beratung und die Auslagen im Buchhandel. Drei von zehn Befragten orientieren sich beim Buchkauf an Buchbesprechungen in Zeitungen und Zeitschriften und jeweils jeder Fünfte gibt an, durch Bestsellerlisten oder Buchtipps im Fernsehen auf Bücher aufmerksam zu werden. Neun Prozent lesen Buchbesprechungen im Internet und bei Online-Buchhändlern. Jeder zehnte Befragte gibt an, sich überhaupt nicht für Bücher zu interessieren.

Die Aussagen über das eigene Informationsverhalten zu Büchern unterliegen einem starken Bildungseffekt. So werden die verschiedenen Möglichkeiten, auf Bücher aufmerksam zu werden, von Personen mit höherem Schulabschluss durchgängig öfter als relevant bewertet als von Befragten mit niedrigerem Bildungsniveau. Auch hier reflektieren sich womöglich zu einem gewissen Teil auch wieder Aspekte von sozialer Erwünschtheit. Zum anderen sind die hohen Prozentwerte der Gebildeteren bei der erklärten Nutzung der Informationsquellen auch ein Korrelat zum erhöhten Interesse dieser Gruppe an Literatur und an Büchern. Die Urteilsdifferenzen sind zudem so groß, dass man von ihrer Überzufälligkeit ausgehen muss.

Erklärte Art, auf Bücher aufmerksam zu werden, nach Schulniveau



Insbesondere die Vielleser nutzen überdurchschnittlich häufig die verschiedenen vorgegebenen Möglichkeiten, um sich über Bücher zu informieren. So geben 63 Prozent der Vielleser an, über Empfehlungen von Freunden und Bekannten auf Bücher aufmerksam zu werden. Jeweils vier von zehn lassen sich in der Buchhandlung beraten und lesen Buchbesprechungen in Zeitungen und Zeitschriften. Bestsellerlisten und Buchtipps im Fernsehen sind jeweils für knapp drei von zehn Viellesern von Bedeutung und knapp jeder fünfte gibt an, Buchbesprechungen im Internet und bei Online-Buchhändlern zu nutzen.

Frauen nutzen deutlich häufiger als Männer verschiedene Informationsquellen über Bücher. Die Unterschiede fallen in einzelnen Kategorien so hoch aus, dass sie nicht allein durch geschlechertypische Antworttendenzen erklärt werden können. So geben 39 Prozent der Frauen, aber nur 27 Prozent der Männer an, Verlagsbroschüren und Werbung von Verlagen zu lesen. Buchbesprechungen aus Zeitungen und Zeitschriften werden erklärtermaßen von gut jeder dritten Frau, aber nicht einmal jedem vierten Mann als Informationsquelle herangezogen. Auch Bestsellerlisten können mit 27 Prozent Zustimmung bei Frauen und nur 15 Prozent bei Männern in erster Linie als eine von Frauen genutzte Informationsquelle gelten.

Der Anteil der an Büchern nicht interessierten Personen ist mit 19 Prozent bei den Internet-Nichtnutzern besonders hoch (Intensivnutzer: 5 Prozent). Lediglich 45 Prozent der Internet-Nichtnutzer werden durch die persönliche Empfehlung auf Bücher aufmerksam (unter den Durchschnittsnutzern sind es 60 Prozent und bei den Intensivnutzern sogar 62 Prozent).

C Veränderungen im Leseverhalten

1 Im „Informationszeitalter“ angekommen

Die Informationsgesellschaft versorgt den Einzelnen in immer höherer Schlagzahl mit vielfältigen Eindrücken, Impulsen und Informationen, deren Filterung stetig neue Qualitäten abverlangt. Das bleibt nicht ohne Einfluss darauf, wie man Bücher liest. So weisen mehrere Studien zum Leseverhalten aus den neunziger Jahren und zu Beginn dieses Jahrtausends nach, dass der Leser heutzutage nicht mehr so regelmäßig wie früher zum Buch greift, längere und häufigere Lesepausen als früher einlegt und dass häufiger Kurzpassagen gelesen und weite Textteile überflogen werden. Dieses Leseverhalten ist bei Kindern und Jugendlichen besonders stark ausgeprägt. Unterschiedliche und teils widersprüchliche Studienergebnisse zum Leseverhalten in Deutschland in den neunziger Jahren des vergangenen Jahrhunderts und zu Beginn dieses Jahrtausends haben es nicht vermocht, die Diskussion zu beenden, ob da eine Verdrängung des guten alten Buches durch die neuen Medien oder „nur“ eine Veränderung des Leseverhaltens stattfindet.

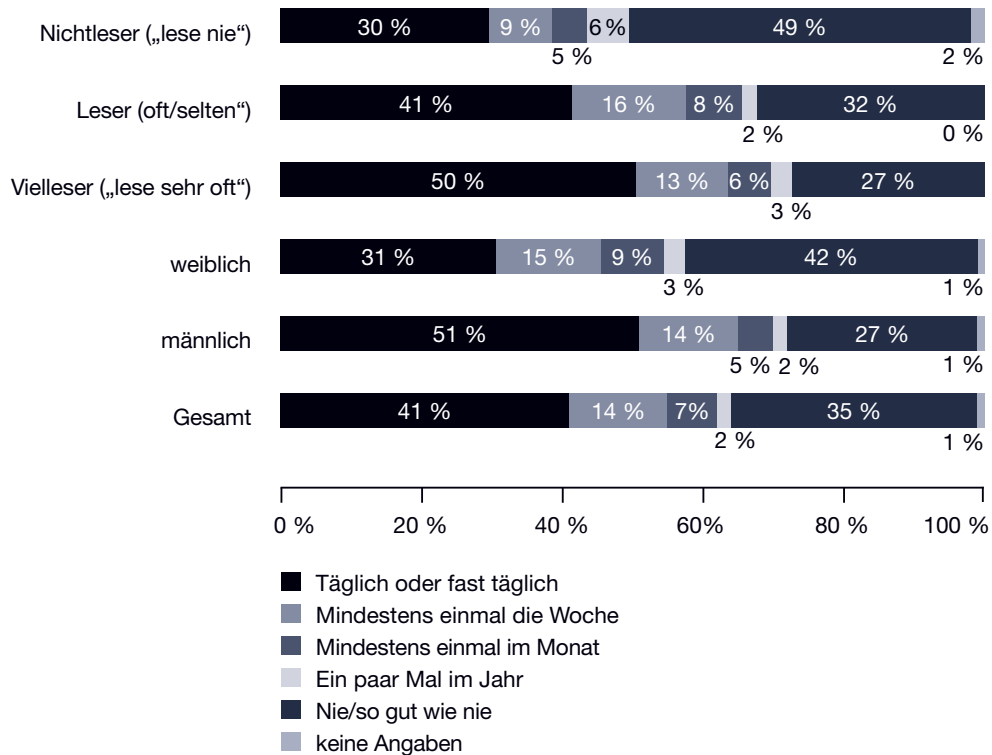
Unbestritten und durch viele empirische Studien belegt ist, dass das Bücherlesen nach wie vor ein positives Image in der Gesellschaft hat und die Mehrheit von der Wichtigkeit des Bücherlesens überzeugt ist. Dennoch wird die Lektüre seltener und oberflächlicher. Beim Fernsehen ist es umgekehrt: In Studien befragte bezeichnen es in der Tendenz als nicht so wichtig, sehen aber immer mehr fern. Anders als das Internet ist Fernsehen aber tatsächlich ein Substitutionsmedium zum Buch, insbesondere in bildungsfernen Bevölkerungsgruppen. Das Internet hingegen kann Bücherlektüre ergänzen und modulieren: Unter den erwachsenen und jugendlichen Internet-Nutzern sind nur vier Prozent, die nach eigener Angabe nie Bücher lesen. Praktisch alle von uns befragten Kinder (mit einer Ausnahme unter den 210) nutzen den Computer in ihrem Alltag parallel zum Buch bzw. sind in Einzelfällen weder Leser noch Internet-Nutzer.

Die höchste Lesefrequenz erreichen nach eigenen Angaben diejenigen Kinder, die das Internet nicht täglich, aber doch häufiger nutzen. Unter den Erwachsenen jedoch erreichen die Internet-Intensivnutzer auch die höchsten Lesefrequenzen. Jeder zweite erwachsene Internet-Nichtnutzer gibt zu Protokoll, dass er heute eher weniger Bücher als früher liest, von den Intensiv-Nutzern sagen das nur 41 Prozent. Dafür meint jeder dritte Intensivnutzer, er lese etwa genau so viele Bücher wie früher, was unter den Internet-Nichtnutzern nur jeder Fünfte glaubt. Jeder zweite erwachsene Vielleser ist gleichzeitig auch ein Internet-Intensivnutzer. Und anders herum: jeder zweite Nichtnutzer des Internets ist auch ein Nichtleser. Dieser ausgesprochen starke Zusammenhang zwischen Buchlektüre und Internet-Nutzung überstrahlt sogar das Faktum, dass die Gruppe der Internet-Intensivnutzer überwiegend aus Männern (61 Prozent) besteht, während Vielleser meist Frauen (71 Prozent) sind. Während in der Generation 55 plus gerade einmal 17 Prozent täglich oder fast täglich ins Internet

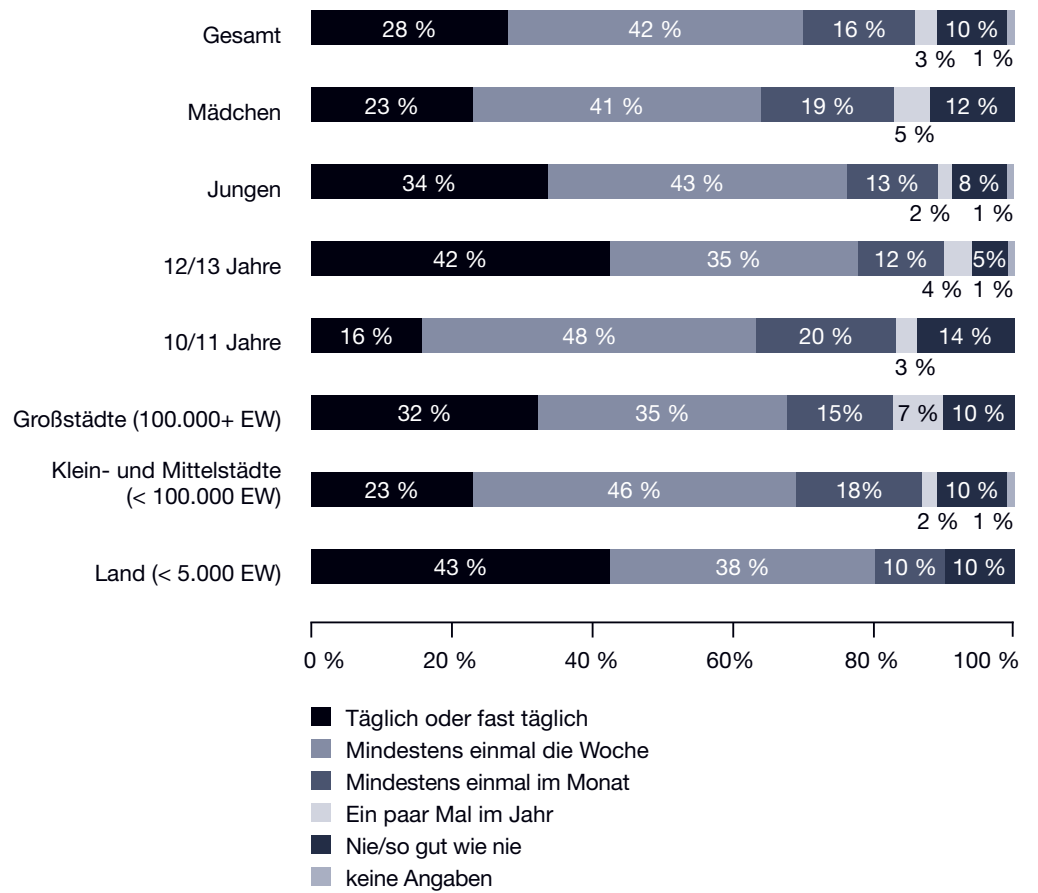
gehen – und gleichzeitig allesamt zu den Lesern zählen – sind es in der Altersgruppe der 14- bis 19-jährigen 77 Prozent. Die jugendlichen Viel- und Durchschnittsleser rekrutieren sich fast ausschließlich aus dieser internetaktiven Gruppe.

Dies alles sind Indizien dafür, dass die deutsche Lese-Bevölkerung im Informationszeitalter angekommen ist, allen voran die Kinder und Jugendlichen. 27 Prozent der befragten Kinder haben zu Hause einen Computer, den sie auch alleine nutzen, und weitere 70 Prozent haben im Haushalt einen Computer zur Verfügung. Nur bei drei Prozent der Kinder gibt es keinen Computer zu Hause. Täglich ins Internet gehen 28 Prozent aller befragten Kinder, 42 Prozent sind mindestens einmal in der Woche online. Nur jedes zehnte Kind ist erklärtermaßen nie im Internet. Bei den Erwachsenen ist es immerhin gut jeder Dritte (35 Prozent).

Häufigkeit der Internetnutzung – Bevölkerungsstichprobe 14 Jahre plus



Häufigkeit der Internetnutzung – Kinder



Bei jüngeren Kindern ist die Nutzungsfrequenz geringer als bei den älteren. Die Internetnutzung bei den Kindern ist wie bei den Erwachsenen männlich dominiert. Bei den befragten Jungen ist auch der Anteil mit eigenem Computer zu Hause höher (31 Prozent) als bei den Mädchen (23 Prozent). Kinder aus ländlichen Regionen nutzen das Internet im Durchschnitt häufiger als Stadtkinder.

14 Prozent der von uns befragten Kinder kennen die so genannten Living Books, also Leseangebote auf CD-Rom, bei denen die Texte akustisch und optisch aufbereitet sind. Bei Großstadtkindern ist die Bekanntheit mit 21 Prozent deutlich höher als bei Kindern aus Mittel- und Kleinstädten (elf Prozent) oder gar bei Kindern aus ländlichen Regionen, von denen nur fünf Prozent diese CDs kennen. Von den wenigen Kindern, die Living Books kennen (29 von 210), nutzt mit drei Vierteln der überwiegende Teil der Kinder diese Angebote so gut wie nie. Sieben Prozent der Kinder geben an, diese CDs etwa einmal in der Woche zu nutzen, drei Prozent etwa einmal im Monat und weitere 14 Prozent nutzen dieses Angebot etwa einmal im Jahr.

2 „Gefühlter“ Rückgang der Buchlektüre

Auf die geschlossene Frage nach der „gefühlten“ Änderung des Leseverhaltens gibt ein Großteil der Befragten (46 Prozent) an, weniger Bücher als früher zu lesen, weitere 26 Prozent behaupten, genauso viele Bücher wie früher zu lesen und 21 Prozent erklären, mehr Bücher zu lesen als früher. Lediglich sieben Prozent aller Befragten geben zu Protokoll, weder früher noch heute viele Bücher gelesen zu haben. Von den Befragten mit niedrigem Schulabschluss sagt dies jeder zehnte. Auch unter den höher Gebildeten gibt immerhin ein Drittel der Befragten an, weniger als früher zu lesen, unter den Befragten mit mittlerer Bildung behaupten das 45 Prozent und von den am wenigsten gebildeten Befragten erklären das sogar 53 Prozent.

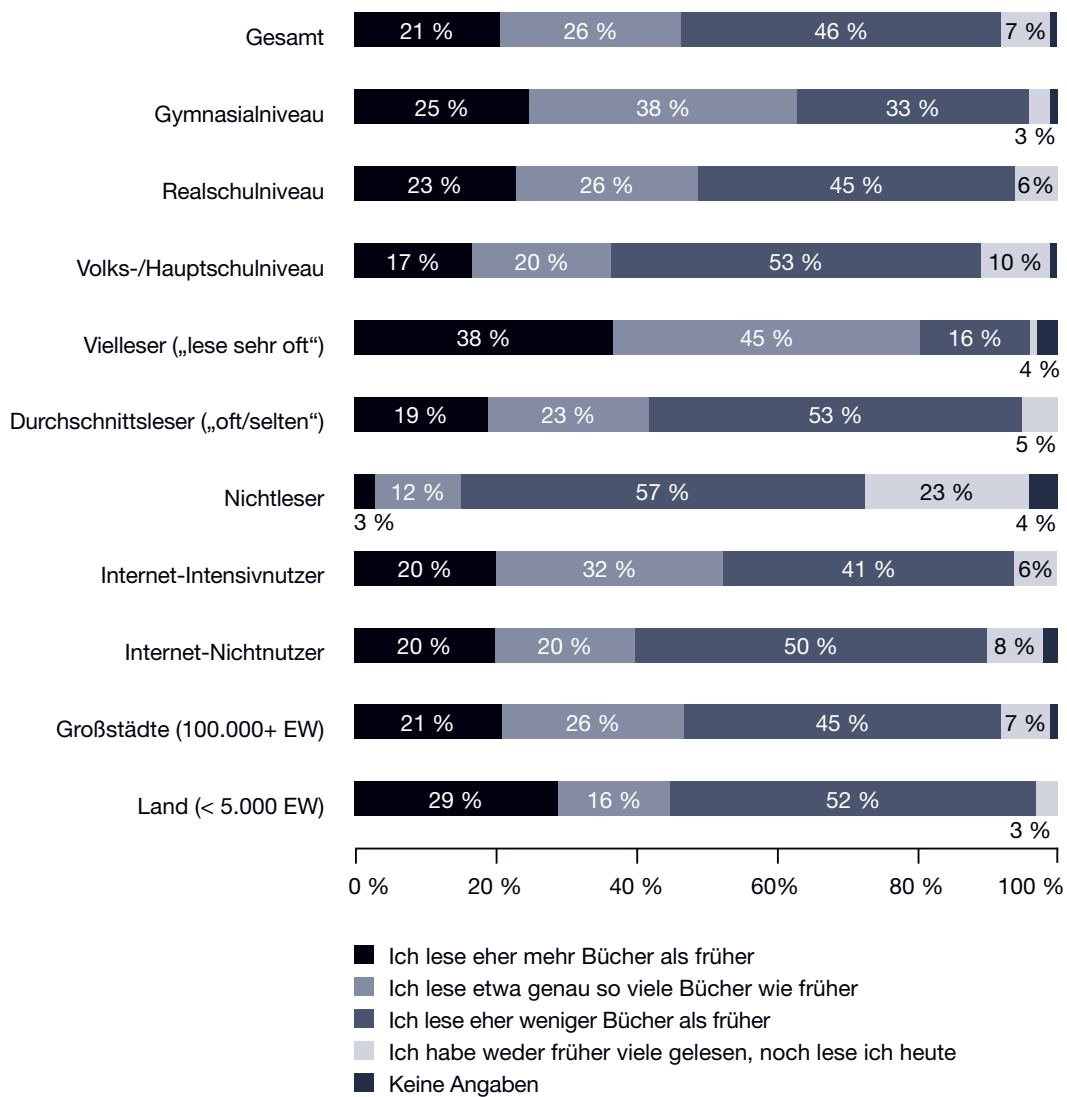
Unter den Durchschnittslesern und den Nichtlesern sind es mehr als die Hälfte der Befragten (53 Prozent der Durchschnittsleser und 57 Prozent der Nichtleser), die nach eigener Angabe weniger lesen als früher, bei den Viellesern sagen das gerade einmal 16 Prozent. Jeder dritte „Harry Potter“-Leser gibt an, weniger zu lesen als früher, von den Nichtlesern der Serie behauptet das hingegen fast jeder Zweite.

Während unter den Intensiv-Nutzern des Internet 41 Prozent angeben, weniger als früher zu lesen, trifft dies für 45 Prozent der Durchschnitts-Nutzer und sogar jeden zweiten Internet-Nichtnutzer zu.

Jeweils 45 Prozent der Befragten aus Großstädten und aus Klein- und Mittelstädten lesen nach eigenen Angaben weniger als früher, in der Landbevölkerung sind es 52 Prozent. Gut die Hälfte (53 Prozent) der alleine lebenden Personen, aber lediglich 43 Prozent der Befragten aus Mehr-Personen-Haushalten lesen weniger als früher.

Die geringsten „Rückschritte“ bei der Buchlektüre scheinen also bei den Viellesern und den Hochgebildeten zu verzeichnen zu sein. Diese Gruppen haben gemeinsam mit den Internet-Intensivnutzern auch den höchsten Anteil konstanter Leser („lese etwa genau so viele Bücher wie früher“). Überdurchschnittliche Steigerungen des Lesepensums („lese eher mehr Bücher als früher“) gibt es mit 38 Prozent lediglich in der Gruppe der Vielleser und mit immerhin 29 Prozent in der Landbevölkerung.

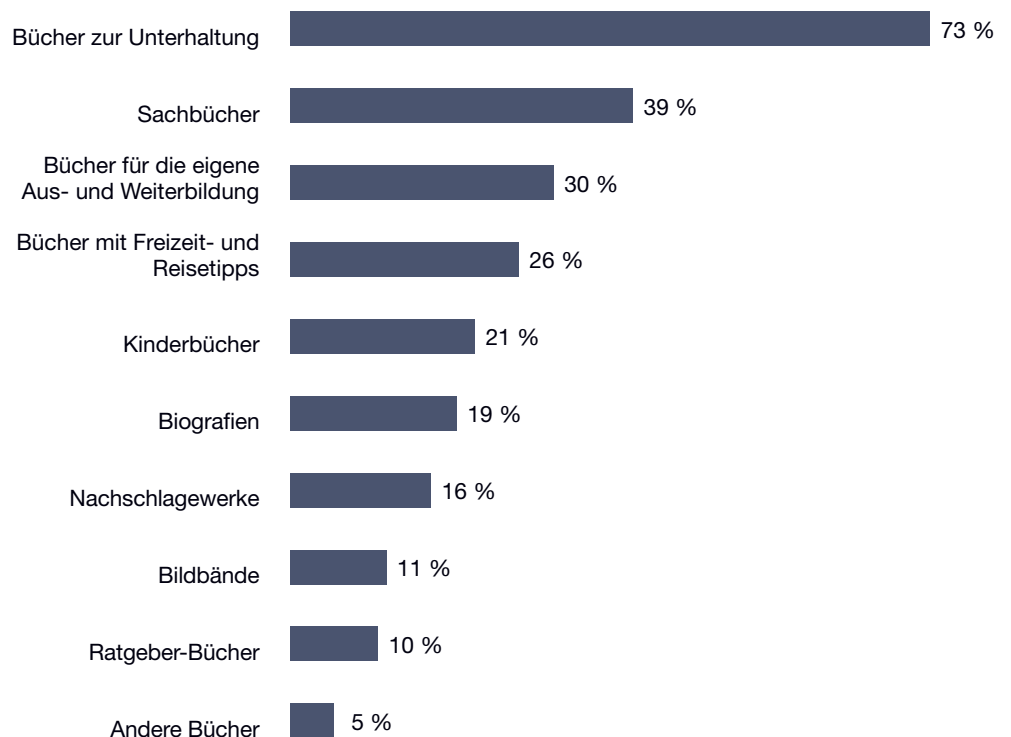
Empfundene Veränderungen in der Lesehäufigkeit



3 Gefragte Buchkategorien

Bücher sollen ihre Leser nach wie vor in erster Linie unterhalten. Zwar geben vier von zehn Befragten an, Sachbücher für ihren eigenen Bedarf gekauft zu haben und sogar drei von zehn kauften auch Bücher zur Aus- und Weiterbildung. Aber die Bücher, die für den Eigenbedarf gekauft wurden, sind überwiegend der Unterhaltungsliteratur zuzurechnen (beispielsweise Romane, Comics, Märchen- und Fantasyliteratur). Etwa drei von vier Befragten gaben an, 2007 Bücher aus diesem Segment gekauft und selbst auch behalten zu haben. Gut jeder vierte Befragte kaufte sich Bücher mit Freizeit- und Reisetipps, z. B. Reiseführer, Koch- oder Gartenbücher. Jeweils zwei von zehn Befragten gaben an, in diesem Jahr Kinderbücher und Biografien zur eigenen Verwendung gekauft zu haben. Nachschlagewerke wurden von 16 Prozent der Befragten gekauft. Nur jeweils jeder zehnte Befragte gab an, Bildbände und Ratgeber-Bücher erworben zu haben. Bildbände spielen vor allem in der Generation 55 plus eine Rolle (17 Prozent), bei den 35- bis 54jährigen gibt jeder Zehnte zu Protokoll, dass er sich in diesem Jahr schon mindestens einen Bildband gekauft hat, bei den Jüngeren zwischen 15 und 34 Jahren sind es gerade einmal vier Prozent.

Art der bisher in 2007 gekauften Bücher, von denen angegeben wird, sie selbst behalten zu haben

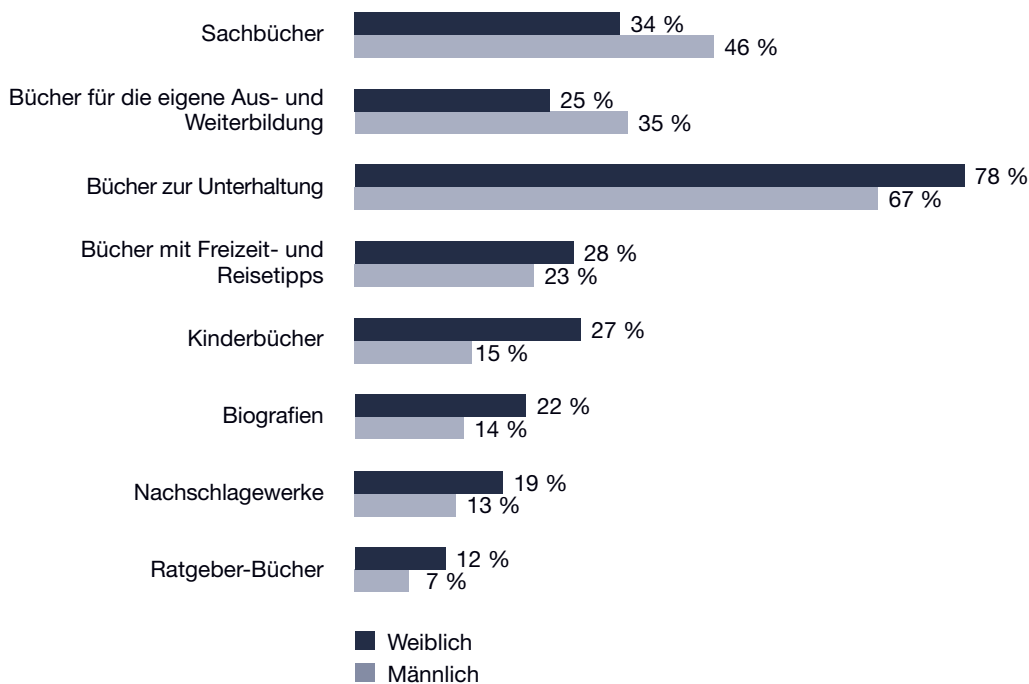


Diese Zahlen reflektieren die Erklärungen und Selbsteinschätzungen der Befragten und müssen deshalb keineswegs mit den tatsächlichen Abverkaufszahlen des Buchhandels übereinstimmen. Denn man kann davon ausgehen, dass sich in den persönlichen Erinnerungen und Einschätzungen dazu, welche Bücher vorwiegend zur eigenen Nutzung gekauft wurden, auch das Image der jeweiligen Buchkategorien widerspiegelt. Vor diesem Hintergrund ist es überraschend, dass drei von vier Befragten angeben, zu ihrer Unterhaltung zu lesen – und dafür beim Buchkauf in die Tasche zu greifen.

Die Vielleser haben 2007 in deutlich höherem Maße Bücher aus dem Unterhaltungsbereich (83 Prozent) und Biografien gekauft (27 Prozent) als die übrigen Leser (Unterhaltungslektüre: 68 Prozent, Biografien: 15 Prozent).

Frauen lesen nicht nur mehr Bücher als Männer, sondern sie lesen auch unterschiedlich und wählen eine andere Lektüre. So werden Sachbücher und Lektüre zur Aus- und Weiterbildung wesentlich häufiger von Männern als von Frauen für den Eigenbedarf gekauft. Fast alle anderen vorgegebenen Produktgruppen werden eher von Frauen gekauft, insbesondere Romane, Kinderbücher und andere Bücher aus dem breiten Spektrum der Unterhaltungsliteratur.

Art der Bücher, die selbst behalten wurden, nach Geschlecht



Auch zum Kauf von Ratgeber-Büchern bekennen sich mit zwölf Prozent signifikant mehr Frauen als Männer (nur sieben Prozent). Lediglich der Kauf von Bildbänden für den Eigenbedarf wurde von beiderlei Geschlecht gleichermaßen häufig angegeben.

Beim Kauf von Sachbüchern zeigen sich je nach Bildungsniveau deutliche Unterschiede. Während gut die Hälfte der Befragten mit Gymnasialabschluss (52 Prozent) Sachbücher für den eigenen Bedarf erwarb, trifft dies bei den Befragten mit mittlerem oder niedrigem Schulniveau nur auf etwa jeden Dritten (35 und 31 Prozent) zu. Auch bei Büchern für die Aus- und Weiterbildung sind deutliche Unterschiede zu verzeichnen: 38 Prozent der Befragten mit hohem Schulabschluss erwarben 2007 bereits Bücher für die Aus- und Weiterbildung für den eigenen Bedarf, aber nur 30 Prozent der Befragten mit mittlerem und lediglich 22 Prozent der Befragten mit niedrigem Schulniveau.

Biografien und Sachbücher werden tendenziell eher von alleine lebenden Personen gekauft als von Befragten aus größeren Haushalten. Bücher zur Aus- und Weiterbildung – hierzu gehören z. B. auch Schulbücher – kauften hingegen erwartungsgemäß deutlich häufiger Personen aus Haushalten mit Kindern. Die Befragten der Generation 55 plus haben sich merklich von dieser Buchkategorie abgewendet, sie geben nur noch zu 18 Prozent an, solche Bücher für sich gekauft zu haben, während in den jüngeren Vergleichsgruppen der Anteil konstant über 30 Prozent liegt.

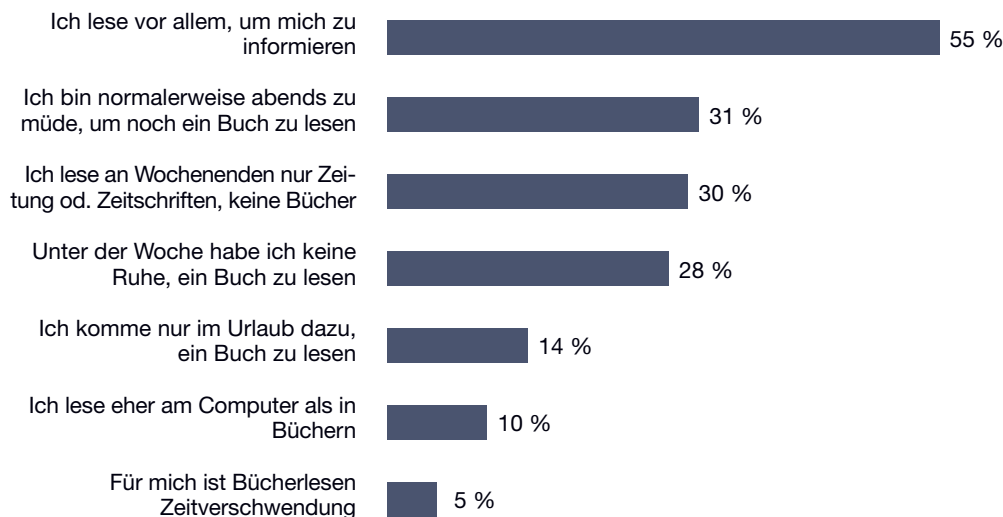
Kinderbücher für den Eigenbedarf werden erwartungsgemäß vor allem von Käufern aus größeren Haushalten angeschafft. Jeder vierte Befragte aus einem Mehr-Personen-Haushalt kaufte 2007 bereits Kinderbücher, aber nicht einmal jeder zehnte Single. Kinderbücher sind aus verständlichen Gründen besonders in der Altersgruppe zwischen 20 und 54 Jahren von Relevanz. Hier erklären 28 Prozent, im laufenden Jahr für den Eigenbedarf Kinderbücher gekauft zu haben, unter den Jüngeren ab 15 Jahren sagen dies nur acht und in der Generation 55 plus zwölf Prozent der Befragten.

4 Buchdistanz und Buchaffinität – Haltungen und ihre Verteilungen

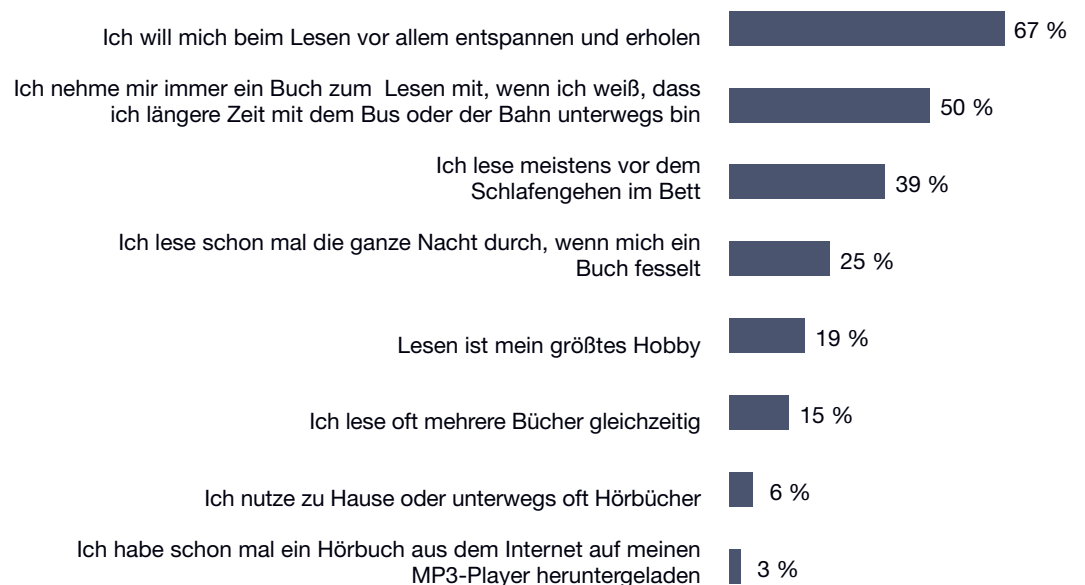
Zu Einstellungen und Gewohnheiten im Leseverhalten wurden den Befragten 15 Aussagen vorgelesen, die sie anhand einer dreistufigen Verbalskala beantworteten. Zwei Grundeinstellungen zum Lesen konnten in dieser Studie empirisch bestätigt werden. Die erste könnte man als „buchdistante“ Haltung oder als „Zwecklesen“ bezeichnen. Mit 55 Prozent Zustimmung behauptet gut die Hälfte aller Befragten, vor allem zu lesen, um sich zu informieren. Nur fünf Prozent der Befragten meinen, dass für sie Bücherlesen Zeitverschwendung sei.

Die zweite Grundeinstellung lässt sich als „buchaffin“ bezeichnen. Diese Kategorie umfasst alle Aussagen, die eher ein sinnliches und genussvolles Verhältnis zum Buch beschreiben. So geben zwei Drittel aller Befragten an, sich beim Lesen vor allem entspannen und erholen zu wollen. Für 19 Prozent der Befragten ist Lesen das größte Hobby, 15 Prozent lesen oft mehrere Bücher gleichzeitig. Nur sechs Prozent der Befragten nutzen zu Hause oder unterwegs oft Hörbücher und lediglich drei Prozent haben schon mal ein Hörbuch aus dem Internet auf ihren MP3-Player herunter geladen.

„Buchdistante Haltungen/Zwecklesen“



„Buchaffine Haltungen/Entspannungs- und Genusslesen“



Sowohl bei den „buchdistanten“ als auch bei den buchaffinen“ Haltungen sind deutliche Zustimmung Unterschiede bei Männern und Frauen zu verzeichnen. Männer sind eher „Zweckleser“ als Frauen. So behaupten beispielsweise 63 Prozent der Männer, aber nur 48 Prozent der Frauen, vor allem zu lesen, um sich zu informieren. Der Aussage „für mich ist Bücherlesen Zeitverschwendung“ stimmen sieben Prozent der Männer, aber nur zwei Prozent der Frauen zu.

Frauen sind demgegenüber eher „Entspannungs- und Genussleser“: 76 Prozent der Frauen, aber nur 57 Prozent der Männer erklären, sich beim Lesen vor allem entspannen und erholen zu wollen. 56 Prozent der Frauen, jedoch nur 44 Prozent der Männer nehmen immer ein Buch zum Lesen mit, wenn sie längere Zeit mit dem Bus oder der Bahn unterwegs sind. Meistens vor dem Schlafengehen im Bett zu lesen erklären 46 Prozent der Frauen und 32 Prozent der Männer. Jede dritte Frau, aber nur jeder fünfte Mann verzichtet für ein fesselndes Buch schon einmal auf den Nachtschlaf und der Aussage „Lesen ist mein größtes Hobby“ stimmen 28 Prozent der Frauen, aber nur neun Prozent der Männer zu.

Die geschlechtsspezifischen Unterschiede im Leseverhalten zeigen sich schon bei den Teenagern. So behaupten 36 Prozent der Jungen, aber nur 27 Prozent der Mädchen, vor allem zu lesen, um sich zu informieren. Für 36 Prozent der Mädchen und nur für 11 Prozent der Jungen ist Lesen das größte Hobby und 51 Prozent der Mädchen, aber nur 38 Prozent der Jungen nehmen immer ein Buch zum Lesen mit, wenn sie längere Zeit mit dem Bus oder der Bahn unterwegs sind.

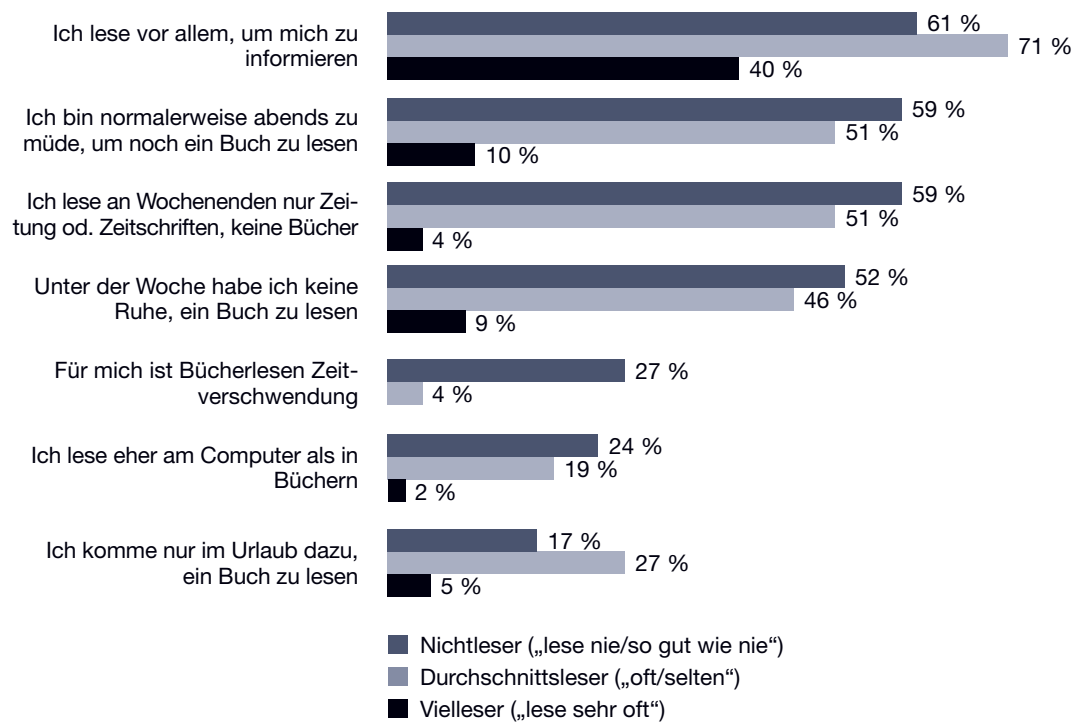
Die Betrachtung des Leseverhaltens der verschiedenen Bildungsschichten zeigt, dass einige „buchdistante“ Haltungen deutlich stärker bei Befragten mit niedrigem Bildungsniveau und einige „buchaffine“ Haltungen deutlich stärker bei den höher gebildeten Befragten ausgeprägt sind. 35 Prozent der Personen mit niedriger Bildung, 32 Prozent mit mittlerer Bildung und nur 23 Prozent mit hohem Bildungsniveau behaupten, normalerweise abends zu müde zu sein, um noch ein Buch zu lesen. 39 Prozent der weniger Gebildeten lesen an den Wochenenden nur Zeitung oder Zeitschriften, unter den Befragten mit mittlerer Bildung stimmen hier nur 28 Prozent und bei den höher Gebildeten sogar nur 16 Prozent zu. Etwa jeder Dritte mit niedrigem oder mittlerem Schulabschluss gibt an, unter der Woche keine Ruhe für ein Buch zu haben, von den Befragten mit höherem Schulabschluss sagt das nur jeder Fünfte.

Bei den Kindern zeigen sich je nach Schulniveau der Mutter deutlich unterschiedliche Lesehaltungen. Gerade einmal elf Prozent der Kinder von niedriger gebildeten Müttern bezeichnen Lesen als ihr größtes Hobby. Nur 30 Prozent dieser Kinder behaupten, ein Buch mit in Bus oder Bahn zu nehmen. Das Lesen vor dem Schlafengehen ist nur für 59 Prozent der Kinder von Müttern mit niedrigem Schulabschluss eine Gewohnheit.

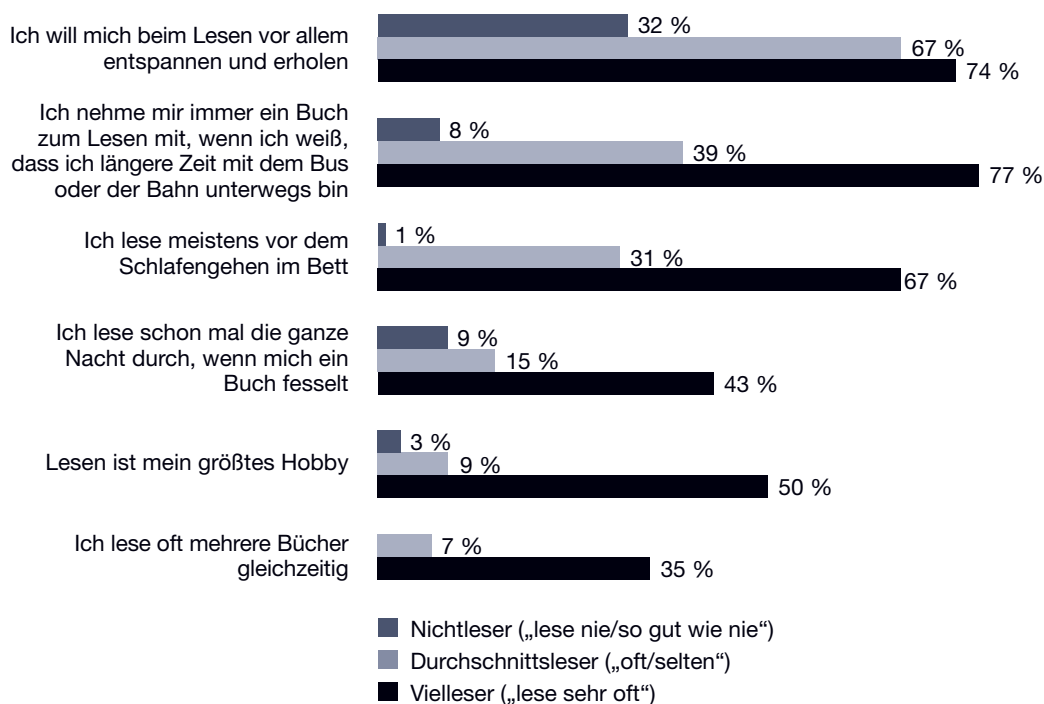
Insgesamt sagen gut zwei Drittel der höher gebildeten Befragten, immer ein Buch zum Lesen mit zu nehmen, wenn sie längere Zeit mit dem Bus oder der Bahn unterwegs sind (mittleres Bildungsniveau 54 Prozent, niedriges Bildungsniveau 38 Prozent). 48 Prozent der höher Gebildeten und 44 Prozent der Befragten mittlerer Bildung geben an, meistens vor dem Schlafengehen im Bett zu lesen – bei den niedriger Gebildeten tut dies nur knapp jeder Dritte. Ein Drittel der Befragten mit hohem Schulabschluss liest schon mal die ganze Nacht durch, wenn sie ein Buch fesselt, bei den Befragten mit mittlerem Schulabschluss tun dies 26 Prozent und bei denen mit niedrigem Schulabschluss nur knapp jeder Fünfte. 32 Prozent der höher gebildeten Befragten, aber nur 16 Prozent der Befragten mittlerer und sechs Prozent der Befragten niedriger Bildung geben an, oft mehrere Bücher gleichzeitig zu lesen.

Ausgesprochen aufschlussreich ist der Vergleich der „buchaffinen“ und der „buchdistanten“ Haltungen mit der subjektiv eingestuftem Lesehäufigkeit. Es zeigt sich, dass Vielleser keine „Zweckleser“ sind, die der Informationsgesellschaft ihren Tribut zollen, sondern in erster Linie informierte „Entspannungs- und Genussleser“.

„Buchdistanzte Haltungen/Zwecklesen“ – nach erklärter Lesehäufigkeit



„Buchaffine Haltungen/Entspannungs- und Genusslesen“ – nach erklärter Lesehäufigkeit (mindestens zehn Prozentpunkte Abweichung)



Selbst die „Durchschnittsleser“ haben nicht nur ein pragmatisches Verhältnis zum Buch. Zwar erklären sieben von zehn, vorwiegend zur Information zu lesen. Gleichzeitig sagen zwei von drei Befragten aus dieser Gruppe, dass sie sich bei der Buchlektüre vor allem entspannen und erholen wollen. Man kann also trotz eines überwiegend pragmatischen Verhältnisses zum Buch begründet vermuten, dass die Zukunft des Buches in der Informationsgesellschaft in der Dimension des „Entspannungs- und Genusslesens“ und nicht im „Zwecklesen“ liegt.

Das zeigt sich besonders bei der Befragung der Kinder. Wie bei den Erwachsenen ist auch für sie die Entspannung beim Lesen das Wichtigste (74 Prozent), nur 31 Prozent der Kinder lesen vor allem, um sich zu informieren. Mit 71 Prozent ist der Anteil der Kinder, die meistens vor dem Schlafengehen im Bett lesen, deutlich höher als bei Erwachsenen.

45 Prozent der befragten Kinder geben an, immer ein Buch zum Lesen mitzunehmen, wenn sie längere Zeit mit dem Bus oder der Bahn unterwegs sind. Nur sieben Prozent der Kinder lesen eher am Computer als in Büchern. Für lediglich zwei Prozent der befragten Kinder ist Bücherlesen Zeitverschwendung. Lesen ist auch für mehr Kinder (24 Prozent) als Erwachsene das größte Hobby. Allerdings kommt ergänzend den Hörbüchern eine wichtigere Rolle als bei den Erwachsenen zu. 21 Prozent der Kinder nutzen zu Hause oder unterwegs oft Hörbücher, bei den Erwachsenen geben gerade einmal sechs Prozent an, das zu tun. Das Leseverhalten der Zehn- und Elfjährigen unterscheidet sich nicht wesentlich von dem der Zwölf- und Dreizehnjährigen. Lediglich die Nutzung von Hörbüchern ist bei den Jüngeren stärker verbreitet. So behaupten 27 Prozent der jüngeren Kinder und nur 14 Prozent der älteren Kinder, zu Hause oder unterwegs oft Hörbücher zu nutzen.

Auch der Wohnort beeinflusst das Leseverhalten der Kinder. Während 34 Prozent der Großstadtkinder und 32 Prozent der Kinder aus mittelgroßen Ortschaften behaupten, vor allem zur Information zu lesen, stimmen dem lediglich 14 Prozent der Kinder vom Land zu. 12 Prozent der Großstadtkinder, 19 Prozent der Kinder aus mittelgroßen Städten und nur 5 Prozent der Kinder aus ländlichen Regionen lesen oft mehrere Bücher gleichzeitig. 16 Prozent der Kinder aus großen und 12 Prozent der Kinder aus mittelgroßen Ortschaften, aber nur fünf Prozent der Kinder aus ländlichen Regionen sagen von sich, normalerweise abends zu müde zu sein, um noch ein Buch zu lesen.

D „Harry Potter“ als generationen- übergreifendes Projekt

1 Bekanntheit der Buchserie in der Gesamtbevölkerung

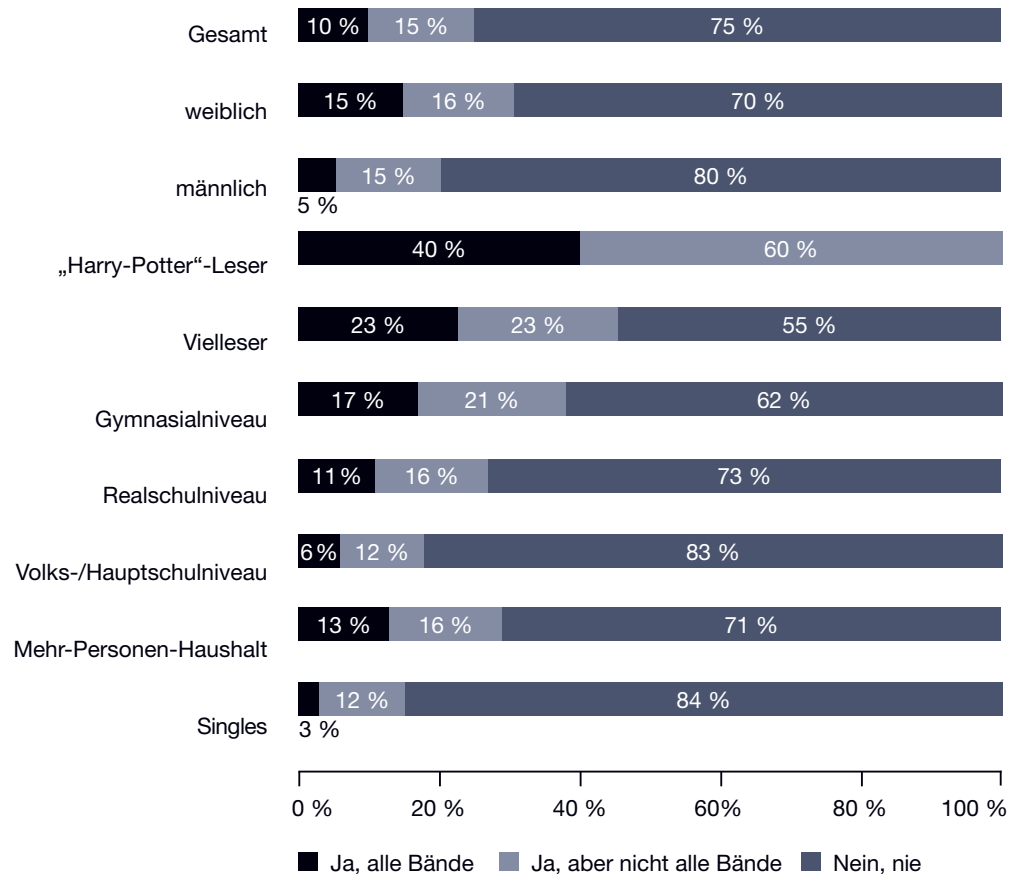
Von den befragten Kindern kennen fast alle (96 Prozent) die Buchserie „Harry Potter“ der Erfolgsschriftstellerin Joanne K. Rowling. Unter den Zwölf- bis Dreizehnjährigen sind es sogar 99 Prozent, während von den Zehn- und Elfjährigen nur 94 Prozent angeben, die Erfolgsserie zu kennen. Bei Stadtkindern ist „Harry Potter“ bekannter als auf dem Land: 99 Prozent der Kinder aus der Großstadt und 96 Prozent aus kleinen bis mittelgroßen Städten wissen mit dem Namen etwas anzufangen, während der Bekanntheitsgrad auf dem Land etwas geringer ist (91 Prozent der Kinder).

Doch ist „Harry Potter“ ein Phänomen von generationsübergreifender Bedeutung. Von allen Jugendlichen und Erwachsenen aus der bundesweiten Repräsentativstichprobe kennen 92 Prozent die Abenteuer des Zauberschülers. Personen mit hohem Schulniveau kennen die Serie zu 98 Prozent, von den Befragten mit mittlerem Schulniveau sind es 95 Prozent und von den Befragten mit niedrigem Schulniveau immerhin noch 87 Prozent. Die größten Unterschiede zwischen Kennern und Nichtkennern der Erfolgsserie unter allen betrachteten Vergleichsgruppen zeigt der Vergleich von Intensiv- und Nichtnutzern des Internet: 97 Prozent der Intensivnutzer, aber nur 86 Prozent der Nichtnutzer kennen „Harry Potter“.

2 Lektüreerfahrung mit „Harry Potter“

Jeder vierte Befragte aus der Erwachsenenstichprobe hat mindestens einen „Harry Potter“-Band gelesen. Fast jeder Zehnte kennt die gesamte Buchserie, weitere 15 Prozent behaupten, einen Teil der Serie gelesen zu haben. Frauen sind „Harry Potter“ treuer als Männer: 15 Prozent der Frauen haben alle bisher erschienenen Bände gelesen, aber nur fünf Prozent der Männer.

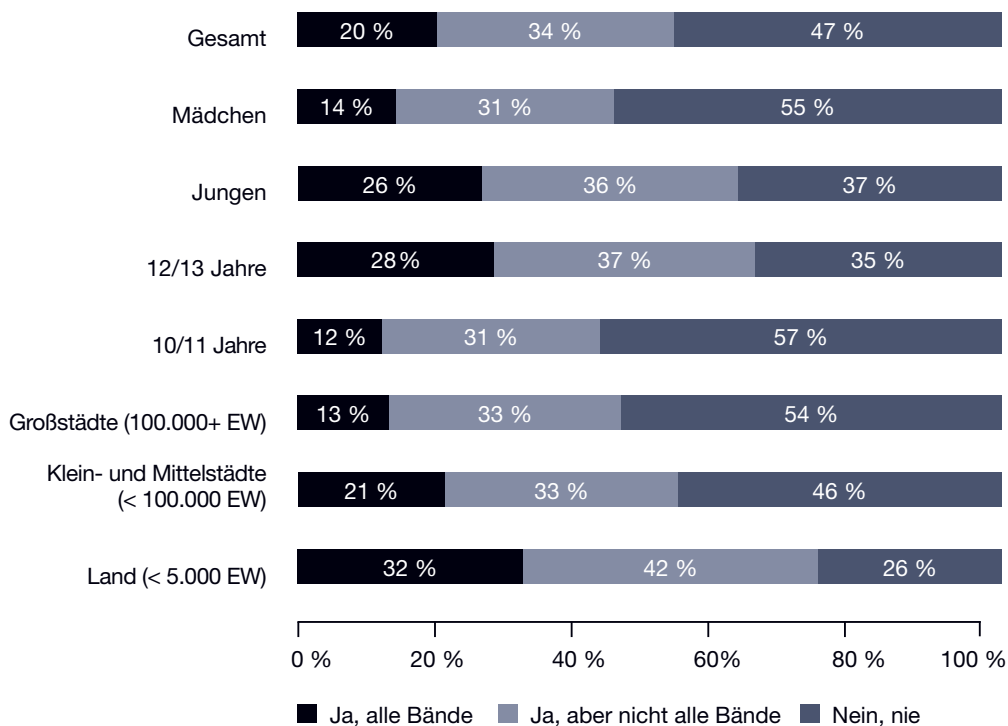
„Harry Potter“ als Lektüre – Bevölkerungsstichprobe 14 Jahre plus



Die „Harry-Potter“-Leserschaft ist überwiegend weiblich und im Durchschnitt 39 Jahre alt. Mütter von zwei und drei Kindern sind überproportional vertreten. Zwei von fünf Personen, die einen Band gelesen haben, kennen die ganze Serie. Personen mit höherem Schulabschluss lesen eher „Harry Potter“ als Befragte anderer Vergleichsgruppen. Auch unter Internet-Nutzern ist die Fangemeinde deutlich größer: 14 Prozent der Intensivnutzer haben alle Bände gelesen, weitere 20 Prozent einen Teil der Serie. Von den Nichtnutzern haben nur drei Prozent alle Bände von „Harry Potter“ gelesen und neun Prozent einen Teil.

Rund jedes fünfte Kind zwischen zehn und dreizehn Jahren hat die gesamte Serie gelesen. Dieser Anteil ist doppelt so hoch wie bei den Erwachsenen. Weitere 34 Prozent der befragten Kinder geben an, einen Teil der Serie gelesen zu haben und mit 47 Prozent hat knapp die Hälfte der Befragten „Harry Potter“ nicht gelesen. Während bei den Erwachsenen die Frauen eher zu den „Harry-Potter“-Lesern zählen als die Männer, ist es bei den Kindern umgekehrt: Jungen sind deutlich größere Fans der Serie als Mädchen, 26 Prozent der befragten Jungen und nur 14 Prozent der Mädchen haben alle Bände gelesen und 36 Prozent der Jungen sowie 31 Prozent der Mädchen haben einen Teil gelesen. Von den Zehn- bis Elfjährigen geben zwölf Prozent an, alle Bände gelesen zu haben und weitere 31 Prozent haben einen Teil der Bücher gelesen. Bei den Kindern im Alter von zwölf bis dreizehn Jahren ist der Anteil wie vermutet höher: 28 Prozent kennen alle Bände, 37 Prozent wenigstens einen Teil der Serie.

„Harry Potter“ als Lektüre – Kinder

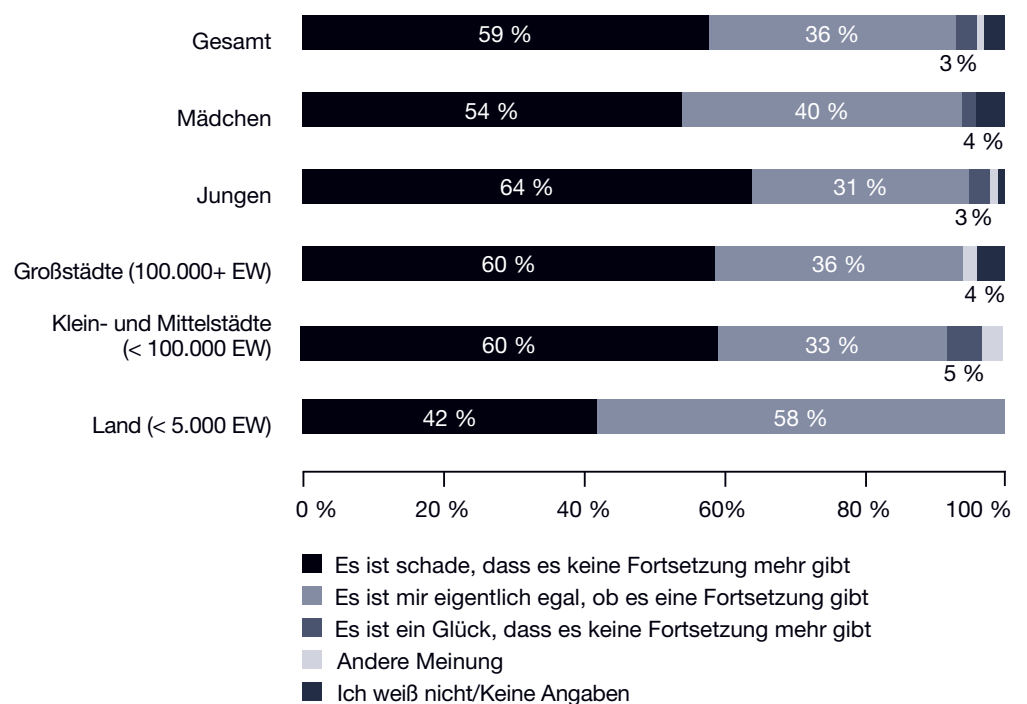


Während jedes dritte Kind aus ländlichen Regionen die Serie komplett kennt und weitere 42 Prozent einen Teil der Bücher kennen, haben lediglich 21 Prozent der Kinder aus mittelgroßen Städten und 13 Prozent der Kinder aus Großstädten alle Bände gelesen. Jeweils ein Drittel der befragten Stadtkinder kennt einen Teil der Serie.

3 Reaktionen der Kinder auf das „Ende“ von „Harry Potter“

Insgesamt ist mit 59 Prozent der überwiegende Teil der befragten Kinder, die „Harry Potter“ kennen, traurig über das Ende der Serie. Gerade einmal drei Prozent sind glücklich darüber, dass es keine Fortsetzung gibt, 36 Prozent der Befragten ist das Auslaufen gleichgültig. Die Jungen sind als treuere „Harry-Potter“-Leser auch eher traurig über das Ende der Serie (64 Prozent gegenüber 54 Prozent der Mädchen). 60 Prozent der Stadtkinder finden es schade, dass es keine Fortsetzung mehr gibt, aber nur 42 Prozent der Kinder aus ländlichen Regionen stimmen hier zu.

Es gibt keine Fortsetzung von „Harry Potter“
 Meinungen der Kinder dazu, denen „Harry Potter“ bekannt ist, n = 202



Ein Leseknick ist nach dem Abschied von „Harry Potter“ offenbar nicht zu befürchten. Immerhin 92 Prozent der befragten Kinder wollen nun andere Bücher lesen. Nur zwei Prozent glauben, künftig „weniger Lust zum Lesen“ zu haben, drei Prozent werden „Harry Potter“ „immer wieder“ lesen und fünf Prozent der befragten Kinder wagen noch keine Prognose, wie sich ihre Lesegewohnheiten ändern werden.

E Vorgehensweise und Stichprobenbeschreibung

Die telefonische Repräsentativbefragung von 1.014 Personen mit Hilfe eines halbstrukturierten Fragebogens fand vom 10. bis 21. September 2007 statt. Die Feldarbeit wurde von einem unabhängigen wissenschaftlichen Institut (teleResearch Mannheim) durchgeführt, das den Datenschutz garantiert und die Anonymität der Teilnehmer sicherstellt. Zielgruppe war die bundesdeutsche Bevölkerung ab 14 Jahren. Die haushaltsrepräsentative Stichprobe wurde nach dem Gabler-Häder-Verfahren erstellt und umfasst auch jene Haushalte, die nicht im Telefonbuch eingetragen sind. Mittels Last-Birthday-Verfahren wurde der Ansprechpartner im Haushalt ermittelt. Da themenbedingt vielfach Interviews durch potenzielle männliche Befragte verweigert wurden, sind die Männer im ungewichteten Sample deutlich unterrepräsentiert. Deshalb wurde die Stichprobe in wesentlichen demografischen Strukturdaten an die amtliche Statistik per Gewichtung angepasst. Die in den Analysen betrachtete Fallzahl beträgt daher 1.011. 52 Prozent des Samples sind weiblich, 48 Prozent männlich. Fast zwei von drei Befragten sind zwischen 15 und 44 Jahren alt, 36 Prozent gehören der Generation 55 plus an.

Das Schulniveau der Befragten lässt sich wie folgt beschreiben: Volks- oder Hauptschulabschluss bei 42 Prozent der Befragten (in der Altersgruppe 55 plus sind es 64 Prozent), Realschule bei 27 Prozent der Befragten und (Fach-)Abitur bzw. Hochschulreife bei 23 Prozent der Befragten (38 Prozent in der Altersgruppe 20 bis 34 Jahre und 18 Prozent in der Altersgruppe 55 plus). Noch in schulischer Ausbildung befinden sich fünf Prozent der Befragten (46 Personen), davon streben neun Prozent einen Hauptschulabschluss an, 44 Prozent einen Realschulabschluss und fast jeder Zweite ein Abitur. Gut jeder zweite Befragte ist voll oder teilweise berufstätig (52 Prozent), jeder Dritte ist nicht (mehr) berufstätig (z. B. Rentner), neun Prozent der Befragten befinden sich in Berufsausbildung, Lehre, Studium und drei Prozent sind vorübergehend arbeitslos bzw. arbeitssuchend.

Gut jeder vierte Befragte lebt in einem Ein-Personen-Haushalt, 31 Prozent der Befragten leben in Zwei-Personen-Haushalten, weitere 34 Prozent leben in Drei- und Vier-Personen-Haushalten, und jeder zehnte Befragte lebt in noch größeren Mehr-Personen-Haushalten. Zwei von drei Befragten haben keine Kinder unter 14 Jahren (mehr) in ihrem Haushalt. Einzelkinder leben in 17 Prozent der befragten Haushalte und weitere 17 Prozent der Befragten kommen aus Zwei- und Mehrkindfamilien. Monatlich steht 14 Prozent der Befragten ein Haushaltsnettoeinkommen von unter 1.000 Euro zur Verfügung, jeder dritte Haushalt verfügt monatlich über 1.000 bis 2.000 Euro, bei 22 Prozent liegt das Haushaltsnettoeinkommen monatlich bei 2.000 bis 3.000 Euro und bei neun Prozent der Befragten über 3.000 Euro.

Für die ergänzende Kinderstudie wurden bundesweit 210 Kinder im Alter von zehn bis 13 Jahren befragt. Die Altersgruppen verteilen sich im Sample wie folgt: 10 Jahre – 29 Prozent, 11 Jahre – 25 Prozent, 12 Jahre – 19 Prozent, 13 Jahre – 27 Prozent. 52 Prozent der Kinder waren Jungen, 48 Prozent Mädchen. Neun Prozent der befragten Kinder sind Schüler der dritten und vierten Klasse, 27 Prozent der fünften Klasse, 24 Prozent der 6. Klasse, 23 Prozent der 7. Klasse und 17 Prozent der 8. Klasse. Die Bildungsabschlüsse der Eltern sind folgendermaßen verteilt:

Schulniveau	Mutter	Vater
Volksschule/Hauptschule/ohne allgemeinen Schulabschluss	21 %	26 %
weiterführende Schule/Realschule/Polytechnische Oberschule	39 %	28 %
Abitur/Fachhochschulreife/Hochschulreife	38 %	44 %
keine Angabe	2 %	2 %

Nur vier der 210 befragten Kinder leben in einem Zwei-Personen-Haushalt. Knapp zwei von drei Kindern leben in einem Drei- oder Vier-Personen-Haushalt. Jedes dritte Kind lebt in einem Fünf- oder Mehr-Personen-Haushalt. 39 Prozent der befragten Kinder sind Einzelkinder, 42 Prozent der Kinder haben ein Geschwisterkind im Haushalt und 18 Prozent haben mehr Geschwister im Haushalt. 44 Prozent der Kinder haben noch Geschwister, die teils schon älter als 14 Jahre sind oder/und nicht mehr im selben Haushalt wohnen. Von diesen Kindern haben 78 Prozent ein oder zwei Geschwister über 14 Jahre, 22 Prozent haben mehr Geschwister, die älter als 14 sind.

Das Gros der befragten Kinder strebt ein Abitur an (70 Prozent), jeder Fünfte einen Realschulabschluss und nur vier der 200 Kinder wollen einen Hauptschulabschluss erreichen. Sieben Prozent können dazu noch nichts sagen. Gut drei von vier befragten Kindern (78 Prozent) bekommen regelmäßig Taschengeld oder eine andere finanzielle Unterstützung von ihren Eltern. 13 Prozent erhalten gelegentlich eine Unterstützung und neun Prozent erhalten kein Geld von ihren Eltern. Von denen, die Taschengeld bekommen, erhalten 46 Prozent bis zu 10 Euro im Monat, weitere 46 Prozent 11–20 Euro monatlich und sieben Prozent bekommen mehr als 20 Euro monatlich von ihren Eltern.

Anhang

Feldbericht zur Studie ‚Buchmesse Kinderstudie 10–13 Jahre‘

abschließend bearbeitete Adressen	903	100,0 %
Ausfälle total:	693	76,7 %
(1) kein Anschluss unter dieser Nummer	171	
(2) Firmenadresse/kein Privat-Haushalt	32	
(3) keine Kinder im Alter von 10–13 Jahren im Haushalt	306	
(4) keine Eltern-Einverständniserklärung/verweigert/ kein Interesse	147	
(5) Verständnisprobleme (Intellekt des Kindes, Schwerhörigkeit, kein Deutsch)	4	
(6) nach drei Kontaktversuchen niemand erreicht	21	
(7) Sonstige Gründe (Fax-Nr. etc.)	12	
(8) Interview wurde abgebrochen bzw. herausgenommen	11	
realisierte Interviews	210	23,3 %

Feldbericht zur Studie ‚Buchmesse Gesamtbevölkerung 14+‘

abschließend bearbeitete Adressen	8.165	100,0 %
Ausfälle total:	7.151	87,6 %
(1) kein Anschluss unter dieser Nummer	2.778	
(2) Firmenadresse/kein Privat-Haushalt	140	
(3) verweigert/kein Interesse	3.573	
(4) Zielperson ist jünger als 14 Jahre	11	
(5) Verständnisprobleme (Schwerhörigkeit, kein Deutsch)	123	
(6) nach drei Kontaktversuchen niemand erreicht	257	
(7) Sonstige Gründe (Fax-Nr. etc.)	269	
(8) Interview wurde abgebrochen bzw. herausgenommen	18	
realisierte Interviews	1.014	12,4 %

Literatur

Bertelsmann Stiftung (Hg.) (2000): Das Lesebarometer – Lesen und Mediennutzung in Deutschland. Eine Bestandsaufnahme zum Leseverhalten 1999. Gütersloh.

Bertelsmann Stiftung (Hg.) (1993): Lesesozialisation, Band 2. Leseerfahrungen und Lesekarrieren. Gütersloh.

Deutsches PISA-Konsortium (Hg.) (2001): Pisa 2000. Basiskompetenzen von Schülerinnen und Schülern im internationalen Vergleich. Opladen.

Drewes, D. (2002): Fernsehen, Internet & Co. Wie Kinder Medien sinnvoll nutzen können. Augsburg.

Frank, B. (2003): Leseförderung durch das Internet? Möglichkeiten und Grenzen aktueller medienpädagogischer Projekte. Stuttgart

Groebe, N. et al. (Hg.) (2002): Lesekompetenz: Bedingungen, Dimensionen, Funktionen. Weinheim, München.

Jugendwerk der Deutschen Shell (Hg.) (2000): Jugend 2000, Band 1. Opladen.

Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (Hg.) (2006): JIM 2006: Jugend, Information, (Multi-)Media. Basisstudie zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger in Deutschland. Stuttgart.

Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (Hg.) (2006): KIM 2006: Kinder + Medien, Computer + Internet. Basisstudie zum Medienumgang 6- bis 13-Jähriger in Deutschland. Stuttgart.

Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (Hg.) (2003): KIM 2003: Kinder und Medien. Basisstudie zum Medienumgang 6- bis 13-Jähriger in Deutschland. Baden-Baden.

Stiftung Lesen und Spiegel-Verlag (Hg.) (2001): Leseverhalten in Deutschland im neuen Jahrtausend. Eine Studie der Stiftung Lesen. Hamburg. (Lesewelten, Nr. 3).

Stiftung Lesen (Hg.) (1995): Lesen. Grundlagen, Ideen, Modelle zur Leseförderung.

Stiftung Lesen (Hg.) (1993): Leseverhalten in Deutschland 1992/1993. Repräsentativstudie zum Lese- und Medienverhalten der erwachsenen Bevölkerung im vereinigten Deutschland. Mainz.

Ansprechpartner

Ansprechpartner bei PricewaterhouseCoopers
Frank Mackenroth
Technology, Information, Entertainment & Media
Tel.: 040 6378-1309
E-Mail: frank.mackenroth@de.pwc.com

Studienrealisierung
Marktforschung & Beratung
denkstelle Hamburg
Dr. phil. Yvonne Fritzsche-Sterr
Hochallee 16
20149 Hamburg
Tel.: 040 4149-6669
Fax: 040 4149-6469
info@denkstelle-hamburg.de

Herausgeber:
PricewaterhouseCoopers AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, Frankfurt am Main

© Oktober 2007
PricewaterhouseCoopers bezeichnet die PricewaterhouseCoopers Aktiengesellschaft Wirtschaftsprüfungsgesellschaft und die anderen selbstständigen und rechtlich unabhängigen Mitgliedsfirmen der PricewaterhouseCoopers International Limited.

